

Экономические исследования и разработки

Выпуск 1, январь 2019 год

Научно-
исследовательский
электронный журнал

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
РАЗРАБОТКИ**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 1/2019

www.edrj.ru

Нижний Новгород 2019

УДК 33

ББК 65

Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №1 – 2019. – 153 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

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 менеджмента и государственного управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского. 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, 2015-2019

Оглавление

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ8

Емельянов Н.В. Влияние цифровизации экономики на развитие бухгалтерского учета .8

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ.....13

Кривова А.Л., Языджян Ж.Г. Современные технологии предоставления государственных социальных услуг в Московской области13

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ19

Мамонов О.В. Задача о рациональном использовании двух ресурсов для предприятия, выпускающего два вида продукции, с учётом влияния относительного и абсолютного спроса19

МЕНЕДЖМЕНТ35

Гришина А.А. Технологии формирования корпоративной экосистемы сервисной компании.....35

Гутников М. Д. Определение российской деловой культуры в контексте современных типологий.....44

Ющенко В.В. Ожидания и результаты - противоречия в системе мотивации персонала48

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА.....55

Грибакова Я.Ю. Новые аспекты обеспечения национальной безопасности Российской Федерации в условиях глобализации55

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....59

Черемисинова Д.В., Плинер А.А., Рябченко Д.С. Анализ основных тенденций и пути повышения показателей рентабельности винодельческих предприятий Республики Крым, г. Севастополь и Краснодарского края59

РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ71

Алиева В.С., Любимова О.В. Исследования эффективных каналов связи с потребителями гостиничных услуг.....71

Пестерева Н.М., Белякова М.Ю., Тюняева Е.А. Разработка методики и алгоритма оценки природно-рекреационных ресурсов туристических кластеров на основе биоклиматических индикаторов.....77

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ86

Алексеекно М.М. Аудит эффективности системы управления финансами в рамках проектного управления в органах власти Белгородской области.86

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ.....93

Батьковский М.А., Кравчук П.В., Стяжкин А.Н. Основные показатели оценки качества инновационного развития предприятий радиоэлектронной промышленности93

Батьковский М.А., Кравчук П.В. Создание системы мониторинга деятельности инновационно-активных предприятий101

Дребот А.М., Дребот Н.В. Материально-техническое снабжение организации: функциональное и процессное содержание111

Кузин И.В. Факторы эффективности коммерческой деятельности интернет-компаний116

Цесарская А.А., Савицкая А.В. Формирование эффективных стратегических коммуникаций на основе ценности продукта компании.....121

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.....128

Shkuratova M. Analysis of the Transformational Dynamics of Higher Education Institutions128

Стулова А.Н. Факторы, влияющие на внешний государственный долг в Российской Федерации132

Побирченко В.В., Густенко В.А. Теория контрактов: актуализация в контексте исследований О. Харта и Б. Хольмстрема.....138

Филиппович А.В. Обзор подходов к определению сущности цифровой экономики....150

Бухгалтерский учет, анализ, аудит

УДК 33

Емельянов Н.В. Влияние цифровизации экономики на развитие
бухгалтерского учета

The impact of digitalization of the economy on development of accounting

Емельянов Николай Владимирович

Студент

Поволжский институт управления – филиал РАНХиГС

Научный руководитель:

Ермилова Юлия Анатольевна

Канд. экон. наук, доцент кафедры финансов, кредита и налогообложения

Поволжский институт управления – филиал РАНХиГС

Emelyanov Nikolay Vladimirovich

Student

STOLYPIN VOLGA REGION INSTITUTE OF ADMINISTRATION RANEP

Associate professor, candidate of economic science

STOLYPIN VOLGA REGION INSTITUTE OF ADMINISTRATION RANEP

***Аннотация.** Цифровизация экономики привносит свои правила в систему сбора, хранения и обработки информации социально-экономических процессов. В связи с этим предъявляются новые требования и к бухгалтерскому учету. Его преобразование поможет сохранить его актуальность в конкуренции с новыми multifunctional digital information systems.*

***Ключевые слова:** цифровая экономика, бухгалтерский учет, управленческий учет, финансовый учет, цифровизация.*

***Abstract.** Digitalization of the economy brings its own rules to the system of collection, storage and processing of information of socio-economic processes. In this regard, there are new requirements for accounting. Its transformation will help to keep it relevant in competition with new multifunctional digital information systems.*

***Keywords:** digital economy, accounting, management accounting, financial accounting, digitalization.*

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Развитие цифровой экономики в мире является одним из трендовых направлений. В России концепция цифровизации была опубликована в «Программе развития цифровой экономики в России до 2030 года». Этот документ определяет основные направления государственной политики по формированию и развитию цифровой экономики для реализации национальных приоритетов и конкурентоспособного участия в глобальной экономической экосистеме.

Цифровизация затрагивает всю систему информационного обеспечения социально-экономических процессов. Стоит отметить, что значимую роль в этой системе играет бухгалтерский учет с его функционалом сбора, обработки и предоставления экономической информации о деятельности хозяйствующих субъектов. Переосмысление роли и места учета в цифровой экономике приобретает особо важную роль. Необходимо проведение исследований по изменению содержательных, методологических и концептуальных основ бухгалтерского учета под влиянием технологических возможностей цифровизации.

Уже сегодня такие технологии как блокчейн, являются предпосылкой прорыва в методах учета, таких как система учетной регистрации. Предприятия смогут записывать и хранить транзакционные записи в единый регистр, который представляется как распределенная и взаимосвязанная система бухгалтерской информации. Фальсификация или уничтожение информации станет практически невозможным, благодаря системе распределения и криптографической защите. Такая система получила название «тройной учетной записи». В данном случае не говорится о смене диграфической записи на униграфическую (например, тройную). Изменится лишь способ регистрации и хранения базы данных фактов хозяйственной жизни. В дальнейшем такая система может развиваться как база финансовых и нефинансовых отчетов и системы проверки их достоверности, а также как среда глобального информационного экономического взаимодействия.

К слову о методах учета, стоит отметить, что в условиях цифровизации имеет место необходимость отойти от их статичных и незыблемых аспектов. Важным является увеличение количества таких методов, но с учетом сохранения методологического ядра учета. Это позволит обеспечить гармоничность используемых методов по отношению к существующим задачам учета.

В качестве примера можно привести более мобильный управленческий учет. Он не только применяет традиционные учетные методы, но и активно внедряет методики, используемые смежными областями управленческой деятельности (планирование, прогнозирование, анализ, моделирование). Основные преимущества многовариантного использования инструментов в управленческом учете:

- оценка может опираться на различные подходы (может использоваться рыночная, инвестиционная, страховая, балансовая, ликвидационная стоимость);
- для калькулирования могут применяться разнообразные методики и в управленческом учете, что помогает в определении разной себестоимости для разных целей учета;
- возможен выбор в применении или неприменении двойной записи и системы счетов;
- периодичность составления и содержание баланса и отчетности определяются на основе принципа экономичности. Возможным является составление прогнозных, сегментарных балансов, применяя различные методики.

На развитие основных составляющих бухгалтерского учета влияет формирующаяся среда цифровой экономики. Среди экспертов в области бухгалтерского учета высказываются предложения по включению в

систему счетов учета перспективного учета, дифференциальные, контрольные счета, счета для нефинансовой информации.

Также уже достаточно давно говорится о возможности применения систем, альтернативных двойной записи. Помимо диграфической и униграфической способов записи, существуют системы тройной и четверной записи. Возможны изменения и других элементов метода бухгалтерского учета под влиянием прогресса технологий обработки данных, а также по причине существенных изменений объектов учёта.

Соответственно, логичным и целесообразным является многостороннее развитие методологической базы учета, охватывающее как элементы метода учета, так и смежных видов управленческой деятельности, и обеспечивающее адекватность его информационного продукта существующим и новым задачам. В условиях развития цифровой экономики подвергаются значительным изменениям и объекты учета. Объяснением этому является возрастающее количество показателей, характеризующих, не только экономическую сторону бизнеса, но и социальную, экологическую ответственность, системность и качество корпоративного управления, наличие нефинансовых объектов, таких как: организационный, человеческий, инновационный, репутационный капиталы, которые обеспечивают базу для создания стоимости.

Также необходимо отметить расширение круга объектов за счет появления новых гибридных и модифицируемых форм активов, обязательств и капитала: криптовалюты, умные активы, умные контракты, инструменты смешанного инвестирования, новые формы финансовых сделок, электронные потоки средств, виртуальные монетарные и немонетарные единицы ценности и др. Их отражение в учете требует формирования новых принципов систематизации и таксономии объектов учета, выделение критериев признания, метрик и принципов отражения в экономической информации.

В условиях цифровизации, для сохранения своей актуальности бухгалтерский учет должен позиционироваться как элемент системы получения, обработки и передачи экономической информации. Необходимо четко представить место, роль и функционал бухгалтерского учета в экосистеме. Иначе он будет подвержен риску «раствориться» в современных технологичных и мультифункциональных цифровых информационных системах, так как эти системы динамично развиваются и достаточно агрессивно расширяют сферу своего применения.

Важным является и внутренняя структура бухгалтерского учета. Необходимо выделить его новых и востребованных видов. В этой связи главными тенденциями являются: сближение уже существующих видов учета, попытки выделить новые, такие как стратегический, адаптивный, многоцелевой, креативный, интеллектуальный и др.

Сближение внешнего и внутреннего учета поможет включить в корпоративную отчетность информацию о стратегии развития и социальной ответственности, создании экономической добавленной стоимости в разрезе бизнес-сегментов и факторах ее создания, эффективности системы управления. Отдельного рассмотрения требуют идеи, связанные с обособлением видов учета по причине формирования ими особых информационных систем (стратегический, социальный, актуарный, бихевиористский и др.).

Вопросы целесообразности их выделения являются дискуссионными, но заслуживают рассмотрения в связи с назревающими изменениями.

Одной из важнейших частей системы бухгалтерского учета выступает информационная составляющая двух подсистем – финансового и управленческого учета. Отмечается переориентация с контрольной функции на информативную, которая базируется на организации цифровой трансформации предприятия. Необходима разработка новых показателей, способов сбора и обработки финансовой информации, а также достаточности ее интеграции с информацией о других сторонах бизнеса и внешней среды. [2, с. 53]

Особо можно выделить исследование возможностей оценки новых учетных объектов, в качестве которых выступают интеллектуальный человеческий капитал, клиентская база, инновационные продукты, результаты НИОКР и т.п. Разрабатываются новые информационные технологии, такие как облачные технологии, открытые технологические платформы, электронные справочно-информационные системы, создание единого международного формата и содержания финансовой отчетности в электронном виде XBRL. [4, с. 105] Это создает возможности для построения национальной системы бухгалтерского учета, в которой будут интегрированы показатели, характеризующие состояние внутренних бизнес-процессов организации и внешней среды, показатели интеграции различных видов учета.

Необходимым является использование теоретических результатов при разработке методик и конкретных рекомендаций. Их реализация на практике будет способствовать эффективному развитию системы бухгалтерского учета. Также существует необходимость накопления опыта ведения учета и раскрытия экономической информации в отчетности на основе кардинальных модификаций в сфере получения, обмена и обработки экономической информации.

Развитие теории и совершенствование практики ведения бухгалтерского учета связано с расширением информационного потенциала существующего экономического пространства, цифровизацией экономики. При этом информационные технологии вызывают существенные модификации как в методологии, так и в прикладном направлении науки о бухгалтерском учете. В этой связи трансформация бухгалтерского учета в соответствии с новыми потребностями является необходимым этапом в его развитии. Изменения и улучшения этого метода учета помогут не потерять его актуальность в эпоху всеобщей цифровизации.

Библиографический список

1. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 №1632-р // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2017. - №32. – Ст. 5138. – С. 14517-14574.
2. Карпова Т.П. Направления развития бухгалтерского учета в цифровой экономике / Т.П. Карпова // Известия Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета. - 2018. - №3 (111). - С. 52-57.

3. Ермилова Ю.А. Аспекты учетно-аналитического обеспечения инновационной деятельности на предприятии // Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования, новые вызовы. Ульяновск., 2016. С. 18-21.
4. Сидорова М.И. Развитие моделей бухгалтерского учёта в условиях современных информационных технологий: автореферат дис. на соискание степени доктора экономических наук. М., 2013.
5. Варнавский А.В., Бурякова А.О. Перспективы использования технологии распределенных реестров для автоматизации государственного аудита // Управленческие науки. – 2018. – №3. – С. 88-107.
6. Будович Ю.И. Цифровизация корпоративного учета // Человеческий капитал в формате цифровой экономики. Москва., 2018. С. 117-125.

Государственное управление

УДК 33

Кривова А.Л., Языджян Ж.Г. Современные технологии предоставления государственных социальных услуг в Московской области

Modern technologies of state social services in the Moscow region

Кривова А.Л.

преподаватель кафедры политологии
и международных отношений гуманитарного
факультета Российского государственного
социального университета

Языджян Ж.Г.

магистрант кафедры менеджмента и
административного управления факультета
управления Российского государственного
социального университета

Krivova A.L.

Lecturer at the Department of Political Science
and international relations humanitarian

Faculty of Russian State
social university

Yazydjian ZH.G.

Master student of the department of management and
administrative management of the faculty
management of the Russian state
social university

Аннотация. Актуальность данной статьи обусловлена большим спросом на различные государственные услуги, лидирующую позицию среди которых занимают позиции Пенсионного фонда Российской Федерации, а также Органов социальной защиты населения. В связи с этим, действующая власть стремится облегчить данный процесс, создавая Многофункциональные центры предоставления государственных услуг, а также федеральные и региональные порталы государственных услуг, которые позволяют населению взаимодействовать с органами власти, не выходя из дома.

Ключевые слова: Многофункциональные центры предоставления государственных услуг, МФЦ, портал госуслуг, органы власти, органы исполнительной власти.

Abstract. The relevance of this article is due to the great demand for various government services, the leading position among which is occupied by the Pension Fund of the Russian Federation, as well as the Social Security Authorities. In this regard, the acting power seeks to facilitate this process by creating multi-functional centers for the provision of public services, as well as federal and regional portals of public services that allow the population to interact with the authorities without leaving home.

Keywords: Multifunctional centers for the provision of public services, the MFC, the portal of public services, government agencies, executive authorities.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

В современном мире крайне важно создавать комфортную среду для населения. В первую очередь это относится к социально незащищённым слоям, которые обращаются в органы власти за получением государственной поддержки. _

Отдельное внимание необходимо уделить Многофункциональным центрам предоставления государственных услуг, которые стремительно развиваются по всей территории Российской Федерации. 25 октября 2005 г. распоряжением Правительства Российской Федерации № 1789-р была одобрена Концепция административной реформы в Российской Федерации в 2006-2010 годах и план мероприятий по проведению административной реформы в Российской Федерации в 2006-2010 годах. Одной из основных целей административной реформы в Российской Федерации в 2006-2010 годах стало повышение качества и доступности государственных услуг. Для достижения цели было решено начать создание многофункциональных центров на территориях субъектов Российской Федерации (распоряжение Правительства РФ от 9 августа 2008 г. № 157-р).

Социальные услуги, а также услуги Пенсионного фонда РФ являются наиболее востребованными среди лиц пенсионного возраста, маломобильных граждан, молодых мам и многодетных семей, для которых посещение органов исполнительной власти зачастую требует больших усилий. По сути, создание МФЦ является первой успешной попыткой борьбы с бюрократией, поскольку концепция «одного окна» позволяет гражданам подать сразу несколько заявлений у одного специалиста, который впоследствии распределит их по соответствующим органам исполнительной власти, а заявитель в назначенный срок также получит результат в одном окне. Однако и в них не всегда есть возможность за одно посещение решить все интересующие вопросы.

Для упрощения взаимодействия заявителя и органа власти 17 октября 2009 года Правительство утвердило план перехода на предоставление государственных услуг и исполнение государственных функций в электронном виде федеральными органами исполнительной власти.¹ Региональные и муниципальные услуги подлежали переводу в электронный вид на основе договоров, заключаемых с исполнительными органами власти регионов России и органами местного самоуправления.² После создания на портале личного кабинета заявитель может самостоятельно подать заявление без личного присутствия. В настоящее время на сайте государственных услуг можно получить некоторые виды услуг, например: прием заявления на выплату

¹ Распоряжение Правительства России от 17.10.2009 № 1555-р

² Электронное правительство: каких поставщиков выбирают регионы?/CNews [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/elektronnoe_pravitelstvo_kakih_postavshchikov

детского пособия на второго и последующего ребенка, запись в детский сад, школу, получение материнского капитала, получение социальных пособий и многие другие услуги Департамента Социальной защиты населения, Пенсионного Фонда России.

В рамках развития и совершенствования системы был создан новый проект предоставления "Комплексного запроса услуг" гражданам. Распоряжением от 19 февраля 2018 года №260-р утверждён перечень государственных услуг, предоставляемых федеральными и муниципальными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов на основании комплексного запроса.³ Принятое решение позволит реализовать один из главных принципов «одного окна», в соответствии с которым предоставление услуг по комплексному запросу будет осуществляться после однократного обращения заявителя. Это будет способствовать повышению качества предоставления услуг через МФЦ, уменьшению временных и финансовых издержек граждан.

Для получения сразу нескольких госуслуг, которые есть в перечне Правительства можно будет подать в МФЦ всего лишь одно заявление. Сотрудник отметит, какие именно услуги необходимо получить заявителю, после чего у специалиста появляется возможность отправлять от имени гражданина запросы в разные ведомства. Закон позволяет сотруднику делать это на основании заявления, без составления дополнительной доверенности. В назначенное время заявитель сможет прийти и забрать все документы сразу, в т.ч. все промежуточные документы, которые ведомства передавали по запросам специалиста МФЦ.

Услуги предоставляются в любом сочетании: по одному заявлению можно получить справки об отсутствии судимости, штрафов за употребление запрещенных веществ и судебной задолженности. Между собой вышеперечисленные услуги почти не связаны: на запросы отвечают разные ведомства или разные отделы одного и того же ведомства. Если по какой-то причине заявитель получает отказ по одному из компонентов запроса (например, справка о судебной задолженности), то это не влечёт за собой отказы или приостановку по остальной части запроса. Нельзя отказать в предоставлении всех услуг из запроса, если отказано в какой-то одной, исключение — только если одна услуга без другой невозможна.

Региональный портал государственных услуг Московской области одним из первых запустил услугу по формированию пакета документов для подачи комплексного запроса в Многофункциональных центрах предоставления государственных и муниципальных услуг Московской области. В социальной сфере доступна комплексная услуга "Выход на пенсию", которая предоставляется гражданам, достигшим пенсионного возраста, и позволяет получить сведения о пенсионном счете, социальные выплаты, компенсацию расходов по ЖКХ, а также получить иные государственные услуги в рамках единой подачи документов в многофункциональный центр (МФЦ) по месту регистрации заявителя. До получения комплексной услуги заявителю необходимо заблаговременно обратиться в ПФР для первичного установления пенсии по старости.

³ Распоряжение Правительства России от 19.02.2018 № 260-р

Следует также отметить, что в Москве первичное назначение пенсии возможно оформить в МФЦ. В рамках комплексной услуги пенсионерам также будут доступны услуги выдачи справок о размере пенсии, изменении реквизитов доставки пенсии.

После выбора услуги, заявителю будет предоставлена возможность пройти «Экспертную систему» (рис.1), которая состоит из набора простых вопросов и позволяет сформировать перечень компонентов комплексного запроса (рис.2), которые заявителю необходимо указать в заявлении, а также перечень всех необходимых для обращения в МФЦ документов (рис.3).

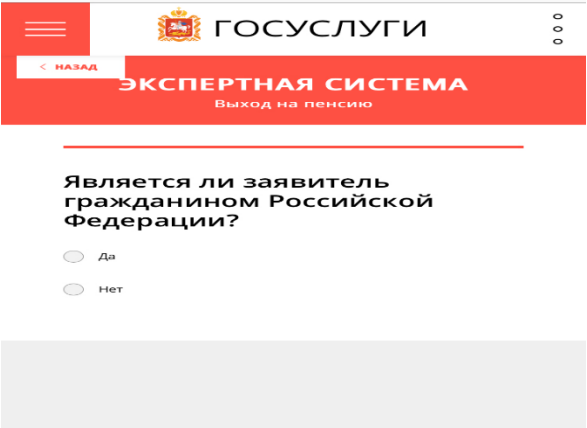


Рисунок 1



Рисунок 2

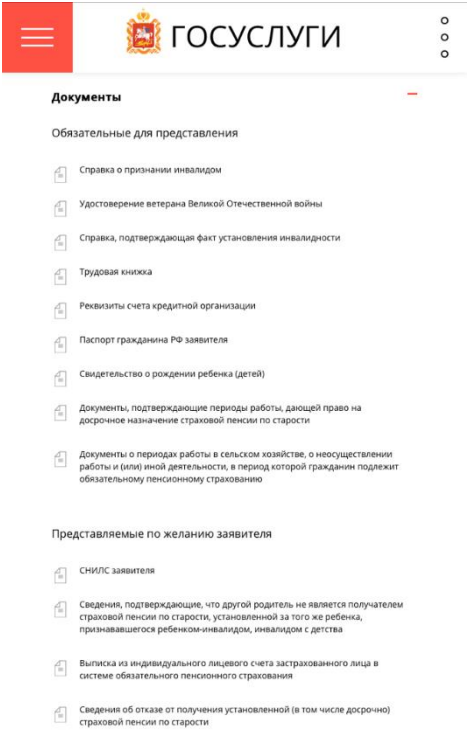


Рисунок 3

Еще одна наиболее популярная комплексная услуга - это "Рождение ребенка." Данная услуга позволяет родителям (опекунам) оформить ребёнку полис ОМС, поставить ребенка в очередь в детский сад, получить социальные выплаты, связанные с рождением, а также иные государственные и муниципальные услуги в рамках единой подачи документов в многофункциональный центр (МФЦ) по месту регистрации заявителя. Как только подготовлен комплект документов, можно записываться на прием в МФЦ по телефону или через Портал.

Заявителем на комплексную услугу может выступать один из родителей родителей (опекунов) ребенка. Обратиться за комплексной услугой «Рождение ребенка» возможно до достижения ребенком возраста полутора лет. Кроме того, нужно взять во внимание, что назначение единовременного пособия при рождении ребенка возможно, если ребенку еще не исполнилось шесть месяцев.

Кроме того, портал госуслуг Подмосковья предусматривает возможность обращения в Минсоцразвитие Московской области за такими услугами как: социальная адаптация безработных граждан на рынке труда, содействие гражданам в поиске подходящей работы, психологическая поддержка безработных, содействие безработным гражданам в переселении в другую местность и другие. Как говорилось выше, на каждую услугу на портале размещен необходимый пакет документов и даже есть возможность связаться с куратором при возникновении каких-либо вопросов.

Комплексный запрос может осуществляться в рамках предоставления услуг раздела «жизненные ситуации».

Важно, что необходимо обращаться в МФЦ по месту постоянной регистрации заявителя, так как в этом случае набор оказываемых услуг будет максимальным. Статус услуги можно посмотреть на электронной почте, позвонив по телефону, а также обратиться лично. Запросы по электронной почте о статусе заявления рассматриваются в течение одного дня.

Современные технологии предоставления государственных социальных услуг – это один из важнейших элементов современного конкурентоспособного государства. Все большей популярностью пользуется система электронных государственных услуг. Такой способ взаимодействия органов исполнительной власти и граждан во многом упрощает и экономит время заявителей.

Инновационным развитием на уровне страны и регионов, в соответствии со стратегией развития информационного общества в России до 2019 года, должен послужить перевод всех государственных услуг в электронный вид.

В рамках совершенствования предоставления государственных социальных услуг Московской области на портале <https://uslugi.mosreg.ru/> разработана навигационная система, позволяющая получить консультацию через интернет, не посещая при этом органы исполнительной власти. В разделе "База знаний" можно найти всю дополнительную информацию по услуге, регламентирующие документы, правовые акты, статистические данные по рейтингу данной услуги.

В настоящее время 29 государственных услуг в сфере социальной защиты населения теперь можно получить посредством портала госуслуг Подмосковья.

Современные технологии предоставления государственных социальных услуг – это один из важнейших элементов современного конкурентоспособного государства. Все большей популярностью пользуется система электронных государственных услуг. Такой способ взаимодействия органов исполнительной власти и граждан во многом упрощает и экономит время заявителей.

Инновационным развитием на уровне страны и регионов, в соответствии со стратегией развития информационного общества в России до 2019 года, должен послужить перевод всех государственных услуг в электронный вид.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства России от 17.10.2009 № 1555-р (дата обращения: 14.09.2018)
2. Распоряжение Правительства России от 25.10.2005 № 1789-р (дата обращения: 15.09.2018)
3. Распоряжение Правительства России от 09.08.2008 г. № 157-р (дата обращения: 15.09.2018)
4. Распоряжение Правительства России от 19.02.2018 № 260-р (дата обращения: 18.09.2018)
5. Аронова Ж. С., Козлова А. В., Остринская Л. И. Особенности оказания государственных услуг гражданам Российской Федерации через единый портал государственных и муниципальных услуг Госуслуги.ру // Фундаментальные и прикладные исследования молодых учёных. – 2017. – С. 663-670.
6. Блинова Н. А. Многофункциональные центры как инструмент повышения эффективности предоставления государственных услуг населению // Студенческий вестник. – 2018. – Т. 9. – №. 29 часть 3. – С. 72.
7. Бодякова С.А. Роль многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в формировании электронного правительства: Региональный аспект // Будущее науки-2017. – 2017. – С. 82-85.
8. Галкин А. И. Тенденции и перспективы развития сети МФЦ и повышение качества и доступности предоставления государственных услуг // Наука и образование третьего тысячелетия. – 2018. – С. 90-93.
9. Низомутдинов Б. А. Мобильные приложения электронного правительства. Тенденции и перспективы развития // Материалы научной конференции "Интернет и современное общество". – 2017. – №. 1. – С. 100-107.
10. Ткачев А. В., Митрофанова И. В. МФЦ как способ повышения качества предоставления государственных и муниципальных услуг // Экономика и социум. – 2017. – №. 4. – С. 1358-1364.
11. Электронное правительство: каких поставщиков выбирают регионы? / CNews [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/elektronnoe_pravitelstvo_kakih_postavshchikov (дата обращения: 21.09.2018)

Математические и инструментальные методы в экономике

УДК 330.4

Мамонов О.В. Задача о рациональном использовании двух ресурсов для предприятия, выпускающего два вида продукции, с учётом влияния относительного и абсолютного спроса

The problem of rational use of two resources for the enterprise, which produces two types of products, taking into account the influence of relative and absolute demand

Мамонов Олег Владимирович

ФБГОУ ВО «Новосибирский ГАУ»

Mamonov Oleg. V.

Novosibirsk State Agrarian University

Аннотация. Работа формирует математическую базу для исследования производства двух видов продукции, в котором используются два вида ресурсов, и наблюдается влияние двух факторов производства: относительного спроса на продукцию первого вида по отношению ко второму виду и абсолютного спроса на продукцию второго вида. В качестве инструмента создания такой базы используется модифицированная задача об использовании ресурсов, которая является задачей линейного программирования. Для формирования базы и исследования производства продукции используются коэффициенты построенной модели. Они определяют такие показатели производства, как относительный расход ресурсов по данному виду продукции, относительный расход данного вида ресурса на единицу продукции для каждого вида. В работе исследуется совместное влияние относительного и абсолютного спроса на продукцию двух видов при рациональном использовании двух ресурсов.

Ключевые слова. Задача линейного программирования, модифицированная задача использования ресурсов, относительный спрос на продукцию, абсолютный спрос на продукцию, показатели расхода ресурсов по видам продукции, отношение запасов ресурсов, отношение дохода продукции одного вида к другому, предельная полезность ресурса, предельная оценка влияния спроса на выпуск продукции, дефицитный ресурс, избыточный ресурс.

Abstract. Work forms the mathematical base for exploring the production of two types of products, in which there are two types of resources, and there is the influence of two factors: the relative demand for the products of the first kind with respect to the second kind and the absolute demand for the latter. As a tool for the creation of such a database uses a modified task on the use of resources, which is the task of linear programming. To form a base and research are the coefficients of the model. They define the indicators of production, as a relative resource consumption for this type of products, this type of resource consumption relative to a production unit for each species. This paper deals with the joint influence of relative and absolute demand for the products of the two species with a rational use of the two resources.

Keywords. The linear programming task, modified the use of resources, the relative demand for products, the absolute demand for products, resource consumption indicators by types of products, the ratio of stocks, the ratio of income products one species to another, marginal utility, resource assessment of the impact of demand for production, scarce resource, excess resource.

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Введение

Математические методы являются одним из наборов инструментов, с помощью которого могут исследоваться экономические процессы и решаться экономические задачи. Среди математических методов достаточно широко используются методы линейного программирования. В качестве одной из моделей производства продукции используется задача об использовании ресурсов. Данная работа является продолжением исследования решения задачи об использовании ресурсов и её модификаций, учитывающих влияние внутренних и внешних факторов. Задача об использовании двух ресурсов в производстве двух видов продукции исследовалась в работе [1], в которой были описаны решения задачи при различных условиях и значениях параметров задачи. Влияние спроса на оба вида продукции было рассмотрено в работе [2], в которой в качестве модели производства была выбрана модифицированная модель задачи об использовании ресурсов. В модифицированную модель были включены ограничения на количество выпускаемой продукции обоих видов. Влияние внутренних факторов производство было исследовано в работе [3], где в качестве факторов рассматривались две нормы выпуска: относительная и абсолютная. В данной работе предлагается к исследованию модифицированная модель задачи об использовании ресурсов, в которой рассматривается влияние двух видов спроса: относительного и абсолютного. Из всех решений этой задачи будем рассматривать оптимальные планы производства, при которых продукция обоих видов выпускается на уровне, удовлетворяющем обоим видам спроса, и ресурсы используются рационально, расходуются без остатка.

1. Постановка задачи о влиянии относительного и абсолютного спроса на выпуск продукции и анализ коэффициентов модифицированной задачи об использовании ресурсов

1.1. Модифицированная модель задачи об использовании ресурсов с учётом влияния спроса на продукцию

Определим ограничение в задаче использования ресурсов, в которых учитывается влияние относительного и абсолютного спроса на выпуск продукции.

Будем полагать, что спрос на продукцию вида A_1 превышает спрос на продукцию вида A_2 на n_1 . Это ограничение будем понимать, как факт того, что предприятие должно выпускать продукцию A_1 не менее, чем на n_1 единиц больше, чем продукцию A_2 . Тогда ограничение на относительный спрос продукции A_1 по отношению к продукции A_2 будет иметь вид:

$$x_1 - x_2 \geq n_1. \quad (1.2)$$

Второе ограничение – это ограничение на спрос продукции A_2 . Оно означает, что продукции A_2 предприятие должно выпускать в количестве не более n_2 единиц. Это ограничение запишем в виде:

$$x_2 \leq n_2. \quad (1.3)$$

Учитывая ограничения на использование ресурсов,

$$a_{11}x_1 + a_{12}x_2 \leq b_1, \quad (1.4)$$

$$a_{21}x_1 + a_{22}x_2 \leq b_2, \quad (1.5)$$

получаем модифицированную задачу об использовании двух ресурсов в производстве двух видов продукции с учётом влияния относительного и абсолютного спроса.

Сформулируем модифицированную задачу использования ресурсов, которая учитывает влияние относительной и абсолютной нормы.

Предприятие производит два вида продукции, вида A_1 и вида A_2 , используя два вида ресурсов, R_1 и R_2 . На единицу продукции A_1 требуется a_{11} ед. ресурса R_1 и a_{12} ед. ресурса R_2 , на единицу продукции A_2 требуется a_{21} ед. ресурса R_1 и a_{22} ед. ресурса R_2 . Доход от реализации единицы продукции A_1 составляет c_1 руб., единицы продукции A_2 – c_2 руб. Необходимо составить такой план выпуска продукции A_1 и A_2 , чтобы при запасе ресурса R_1 в количестве b_1 ед., ресурса R_2 в количестве b_2 ед. доход предприятия был максимальным, если продукции A_1 должно быть не менее, чем на n_1 ед. больше продукции A_2 , а продукции A_2 не более n_2 ед.

Математической моделью этой задачи будет задача линейного программирования:

$$\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 \leq b_1 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 \leq b_2 \\ x_1 - x_2 \geq n_1 \\ x_2 \leq n_2 \\ x_1 \geq 0 \quad x_2 \geq 0 \end{cases} \quad (1.6)$$

$$Z = c_1x_1 + c_2x_2 \rightarrow \max.$$

В этой задаче Z – доход предприятия.

Задачу (1.6) дальше будем называть модифицированной задачей об использовании ресурсов с учётом влияния спроса.

Двойственной задачей к задаче (1.6) будет задача линейного программирования, которая имеет вид:

$$\begin{cases} a_{11}u_1 + a_{12}u_2 + u_3 \geq c_1 \\ a_{21}u_1 + a_{22}u_2 - u_3 + u_4 \geq c_2 \\ u_1 \geq 0 \quad u_2 \geq 0 \quad u_3 \leq 0 \quad u_4 \leq 0 \end{cases} \quad (1.7)$$

$$W = b_1u_1 + b_2u_2 + n_1u_3 + n_2u_4 \rightarrow \min.$$

Прямую задачу (1.6) называют задачей об использовании ресурсов в натуральном виде, а двойственную, (1.7), задачей в стоимостном виде.

Целью исследований будем рассматривать вопрос о нахождении общего расширенного решения пары задач (1.6) и (1.7), при котором продукция выпускается согласно относительного и абсолютного спроса

и ресурсы используются рационально, без остатка. Это означает, что все ограничения задачи (1.6) при таком оптимальном плане выполняются как равенства.

Найдём план, удовлетворяющий условиям производства, при которых продукция выпускается согласно спроса и ресурсы используются полностью. Так как выпуск продукции осуществляется по абсолютному спросу, то $x_2^* = n_2$. Так как выпуск осуществляется по относительному спросу, то $x_1^* = x_2^* + n_1$, откуда следует, что $x_1^* = n_1 + n_2$. Поэтому на оптимальность будем исследовать план

$$X_0 = (n_1 + n_2 ; n_2). \quad (1.8)$$

Дополнительные переменные для плана (1.8) будут иметь значения равные нулю

$$Y_0 = (0 ; 0 ; 0 ; 0). \quad (1.9)$$

Доход при плане X_0 равен

$$Z_{\max} = c_1(n_1 + n_2) + c_2 n_2. \quad (1.10)$$

1.2. Определение и анализ вспомогательных коэффициентов модифицированной модели

Для анализа решения задачи будем использовать коэффициенты модели, которые были рассмотрены в [1-3].

Их определим как в работе [3]. Они определяются следующим образом.

Первая группа коэффициентов – это коэффициенты, определяющие для каждого ресурса относительный расход ресурса в производстве единицы продукции A_2 и единицы продукции A_1 . Коэффициент k_1 равен отношению $\frac{a_{12}}{a_{11}}$, коэффициент k_2 равен отношению $\frac{a_{22}}{a_{21}}$. Полагаем, что $k_1 < k_2$.

Вторая группа коэффициентов – это коэффициенты, определяющие относительный расход ресурсов R_1 и R_2 в производстве единицы продукции конкретного вида. Коэффициент β_1 определяется для продукции A_1 и равен отношению $\frac{a_{21}}{a_{11}}$, коэффициент β_2 для продукции A_2 и равен отношению $\frac{a_{22}}{a_{12}}$. В [1-2] было доказано, что из неравенства $k_1 < k_2$ следует отношение $\beta_1 < \beta_2$.

В третью группу коэффициентов включим два коэффициента. Первый коэффициент определяет отношение дохода от реализации единицы продукции вида A_2 к доходу от реализации единицы продукции вида A_1 . Его обозначим k , он равен отношению $\frac{c_2}{c_1}$. Второй коэффициент равен отношению запасов ресурсов вида R_2 и R_1 . Его обозначим β , он равен отношению $\frac{b_2}{b_1}$.

2. Методология, методы и методика исследований

При исследовании задачи об использовании ресурсов формируется экономико-математическая модель. Для её построения используется методология математического моделирования, которая предполагает построение экономико-математической модели расхода ресурсов в производстве продукции. Методология определяет представление исходной задачи как задачи линейного программирования, а также её решение,

анализ полученных решений и формирования выводов для их использования в принятии экономических решений. Исследование заканчивается проверкой степени соответствия построенной модели реальному производству и выработке условий, при которых можно использовать выводы проведённого исследования.

Решение и анализ задачи об использовании ресурсов осуществляется методами линейного программирования, которые широко используются при решении различных задач, в которых наблюдаются линейные связи между исследуемыми величинами.

В качестве методики анализа полученного решения используется теория двойственности в линейном программировании. С её помощью вырабатываются выводы по полученным решениям, а также формируются условия, при которых можно использовать экономико-математическую модель задачи.

3. Результаты

Переходим к исследованию плана (1.8) на оптимальность. Повторимся, что при этом плане продукция обоих видов выпускается согласно обоим видам спроса и оба ресурса расходуются полностью. Это означает, что все дополнительные переменные прямой задачи равны нулю: $y_1 = y_2 = y_3 = y_4 = 0$. Значение целевой функции при плане (1.8) равно $c_1(n_1 + (1 + k)n_2)$ (1.10).

Если план (1.8) будет оптимальным, то в прямой задаче все ограничения будут равенствами и удовлетворять системе уравнений:

$$\begin{cases} a_{11}x_1^* + a_{12}x_2^* = b_1 \\ a_{21}x_1^* + a_{22}x_2^* = b_2 \\ x_1^* - x_2^* = n_1 \\ x_2^* = n_2 \end{cases} \quad (3.1)$$

Из этих уравнений следует, что запасы ресурсов равны

$$b_1 = b_{10} = a_{11}(n_1 + n_2) + a_{12}n_2, \quad (3.2)$$

$$b_2 = b_{20} = a_{21}(n_1 + n_2) + a_{22}n_2. \quad (3.3)$$

Значения b_{10} и b_{20} являются количествами ресурсов R_1 и R_2 , при которых продукция производится по обоим видам спроса.

Перейдём к решению двойственной задачи. Считаем, что расширенный план $(X_0; Y_0)$ оптимальный. Составляем условия «дополняющей нежёсткости» для расширенного решения задачи.

Объёмы выпускаемой продукции при плане (1.8) не равны нулю. Значит, оба ограничения в двойственной задаче являются равенствами:

$$a_{11}u_1 + a_{21}u_2 + u_3 = c_1 \quad (3.4)$$

$$a_{12}u_1 + a_{22}u_2 - u_3 + u_4 = c_2 \quad (3.5)$$

Так как все ограничения в прямой задаче являются равенствами, то оптимальные значения переменных в двойственной задаче удовлетворяют условиям $u_1^* \geq 0$, $u_2^* \geq 0$, $u_3^* \leq 0$ и $u_4^* \geq 0$.

Получаем в двойственной задаче систему двух уравнений:

$$\begin{cases} a_{11}u_1^* + a_{12}u_2^* + u_3^* = c_1 \\ a_{11}u_1^* + a_{22}u_2^* - \beta_0 u_3^* + u_4^* = c_2 \end{cases} \quad (3.6)$$

где $u_1^* \geq 0$, $u_2^* \geq 0$, $u_3^* \leq 0$ и $u_4^* \geq 0$.

Найдём общее решение системы (3.6), учитывая, что $u_1^* \geq 0$, $u_2^* \geq 0$, $u_3^* \leq 0$, $u_4^* \geq 0$.

В первом уравнении выразим u_3^* через u_1^* и u_2^* :

$$u_3^* = c_1 - a_{11}u_1^* - a_{21}u_2^*. \quad (3.7)$$

Подставим выражение для u_3^* во второе уравнение:

$$a_{12}u_1^* + a_{22}u_2^* - (c_1 - a_{11}u_1^* - a_{21}u_2^*) + u_4^* = c_2. \quad (3.8)$$

В уравнении (3.8) выражаем u_4^* через u_1^* и u_2^* :

$$u_4^* = c_2 + c_1 - (a_{11} + a_{12})u_1^* - (a_{21} + a_{22})u_2^*. \quad (3.9)$$

Так как $c_2 = kc_1$, то

$$u_4^* = c_1(1 + k) - a_{11}u_1^*(1 + k_1) - a_{21}u_2^*(1 + k_2). \quad (3.10)$$

Положим, что

$$u_1^* = \frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t, \quad (3.11)$$

$$u_2^* = \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s, \quad (3.12)$$

тогда

$$u_4^* = c_1(1 + k)(1 - t - s). \quad (3.13)$$

Так как $u_1^* \geq 0$, $u_2^* \geq 0$ и $u_4^* \geq 0$, то на параметры t и s накладываются условия:

$$t \geq 0, s \geq 0 \quad (3.14)$$

и

$$1 - t - s \geq 0. \quad (3.15)$$

Последнее условие запишем в виде:

$$t + s \leq 1. \quad (3.16)$$

Теперь найдём u_3^* . Подставим u_1^* и u_2^* в первое уравнение:

$$u_3^* = c_1 - c_1 \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t - c_1 \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s = c_1 \left(1 - \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t - \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s \right). \quad (3.17)$$

Выражение в (3.18) запишем в виде:

$$u_3^* = -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t + \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s - 1 \right). \quad (3.18)$$

Так как $u_3^* \leq 0$, то

$$\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t + \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s \geq 1. \quad (3.19)$$

В результате получаем систему условий для t и s :

$$\begin{cases} t + s \leq 1 \\ \frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_1} \cdot t + \frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_2} \cdot s \geq 1 \end{cases} \quad (3.20)$$

где $t \geq 0, s \geq 0$.

Рассмотрим решение системы в зависимости от значений параметра k . Последовательно будем искать решение двойственной задачи в случаях, когда $k < k_1, k = k_1, k_1 < k < k_2, k = k_2, k > k_2$.

3.1. Общее решение при $k < k_1$

Пусть $k < k_1$, тогда справедливы два неравенства при $t > 0, s > 0$:

$$\frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_1} \cdot t < \frac{\beta_0 + k_1}{\beta_0 + k_1} \cdot t = t, \quad (3.21)$$

$$\frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_2} \cdot s < \frac{\beta_0 + k_2}{\beta_0 + k_2} \cdot s = s. \quad (3.22)$$

В результате получаем, что при $t > 0, s > 0$

$$\frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_1} \cdot t + \frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_2} \cdot s < t + s. \quad (3.23)$$

При $t > 0$ или $s > 0$ получаем противоречие:

$$1 \leq \frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_1} \cdot t + \frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_2} \cdot s < t + s \leq 1. \quad (3.24)$$

Это означает, что планы (3.11) – (3.13) и (3.18) при условиях на параметры (3.14), (3.16) и (3.19) в двойственной задаче не могут быть оптимальными. План (1.8) не оптимальный в прямой задаче.

Противоречие (3.24) будет и при $t = s = 0$, так как $\frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_1} \cdot t + \frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_2} \cdot s = 0 < 1$, не выполняется условие (3.19). Поэтому при $k < k_1$, план (1.8) оптимальным не будет.

3.2. Общее решение при $k = k_1$

Рассмотрим случай, когда $k = k_1$. Проверим условия «дополняющей нежёсткости»:

$$u_1^* = 0, u_2^* = 0, u_1^* \geq 0, u_2^* \geq 0, u_3^* \leq 0 \text{ и } u_4^* \geq 0. \quad (3.25)$$

Для параметра t будет справедливо равенство

$$\frac{\beta_0 + k_1}{\beta_0 + k_1} \cdot t = t, \quad (3.26)$$

а для параметра $s > 0$ условие (3.22) сохраниться. Поэтому при $t \geq 0$ и $s > 0$ справедливо неравенство (3.23), а при $t > 0$ и $s = 0$ будет справедливо

$$1 \leq \frac{\beta_0 + k_1}{\beta_0 + k_1} \cdot t = t \leq 1. \quad (3.27)$$

Отсюда получаем, что при $k = k_1$ и $s = 0$ выполняется равенство

$$\frac{\beta_0 + k_1}{\beta_0 + k_1} \cdot t + \frac{\beta_0 + k_1}{\beta_0 + k_2} \cdot s = t + s = 1. \quad (3.28)$$

При $k = k_1$ план (1.8) будет оптимальным (при $t = 1$ и $s = 0$), для которого в двойственной задаче:

$$u_1^* = \frac{c_1}{a_{11}}, \quad (3.29)$$

$$u_2^* = 0, \quad (3.30)$$

$$u_3^* = 0, \quad (3.31)$$

$$u_4^* = 0. \quad (3.32)$$

Таким образом, при $k=k_1$ расширенным решением двойственной задачи будет:

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}}; 0; 0; 0 \right), \quad V^* = (0; 0). \quad (3.33)$$

Значение целевой функции равно

$$W_{\min} = c_1(n_1 + (1 + k_1)n_2). \quad (3.34)$$

3.3. Общее решение при $k_1 < k < k_2$

Переходим к значениям $k_1 < k < k_2$. В этом случае для параметра $t > 0$ уже будет выполняться неравенство

$$\frac{\beta_0 + k}{\beta_0 + k_1} \cdot t > t, \quad (3.35)$$

а для параметра s также выполняется условие (3.22). Противоречия, как при $k < k_1$, нет, поэтому на параметры t и s накладывается система условий (3.14) и (3.20).

Рассмотрим предельные значения параметров t и s , при которых обращаются в ноль оптимальные значения хотя бы одной из переменных двойственной задачи.

Если $u_1^* = 0$, то $t \neq 0$. Получаем оптимальное решение: u_2^* как в (3.12)

$$u_1^* = 0, \quad (3.36)$$

$$u_3^* = -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_2} \cdot s - 1 \right), \quad (3.37)$$

$$u_4^* = c_1(1+k)(1-s), \quad (3.38)$$

где $s \geq 0$, $\frac{1+k}{1+k_2} \cdot s \geq 1$, $s \leq 1$. Из второго неравенства следует, что $s \geq \frac{1+k_2}{1+k}$. Отметим, что при $k < k_2$

выполняется неравенство $\frac{1+k_2}{1+k} > 1$. Поэтому на параметр s накладываются противоречивые условия

$$1 < \frac{1+k_2}{1+k} \leq s \leq 1. \quad (3.39)$$

Поэтому $u_1^* \neq 0$.

Если $u_2^* = 0$, то $s = 0$. Получаем оптимальное решение: u_1^* как в (3.11),

$$u_2^* = 0, \quad (3.40)$$

$$u_3^* = -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t - 1 \right), \quad (3.41)$$

$$u_4^* = c_1(1+k)(1-t), \quad (3.42)$$

где $t \geq 0$, $\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t \geq 1$, $t \leq 1$. Из второго неравенства следует, что $t \geq \frac{1+k_1}{1+k}$. Отметим, что при $k > k_1$

выполняется неравенство $\frac{1+k_1}{1+k} < 1$. Поэтому на параметр t накладываются условия в виде двойного неравенства

$$\frac{1+k_1}{1+k} \leq t \leq 1. \quad (3.43)$$

Таким образом, при $k_1 < k < k_2$ одним из множеств решений будут планы:

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t; 0; -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t - 1 \right); c_1(1+k)(1-t) \right), V^* = (0; 0). \quad (3.44)$$

где на параметр t накладывается условие $\frac{1+k_1}{1+k} \leq t \leq 1$.

Значение $W_{\min}$ будет равно

$$W_{\min} = c_1(n_1 + (1+k)n_2). \quad (3.45)$$

Посмотрим случай, когда $u_3^* = 0$. Тогда параметры t и s удовлетворяют условию

$$\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s = 1, \quad (3.46)$$

а также условиям (3.14) и (3.16).

Получаем оптимальное решение: u_1^* как в (3.11), u_2^* как в (3.12), u_4^* как в (3.13):

$$u_1^* = \frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t, \quad u_2^* = \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s, \quad u_4^* = c_1(1+k)(1-t-s), \quad u_3^* = 0, \quad (3.47)$$

где параметры t и s удовлетворяют условиям (3.14), (3.16) и (3.46).

Преобразуем условия (3.16) и (3.46):

$$1 - t - s = \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s - t - s, \quad (3.48)$$

Тогда

$$1 - t - s = \frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s. \quad (3.49)$$

Получаем, что

$$u_4^* = c_1(1+k) \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s \right), \quad (3.50)$$

и должно выполняться условие

$$\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s \geq 0. \quad (3.51)$$

Из (3.51) получаем условие для t и s :

$$t \geq \frac{\beta_0+k_1}{\beta_0+k_2} \cdot \frac{k_2-k}{k-k_1} \cdot s. \quad (3.52)$$

Итак, мы получили ещё одно множество решений при $k_1 < k < k_2$ и условии (3.46):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s; 0; c_1(1+k) \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s \right) \right), \quad (3.53)$$

$$V^* = (0; 0), \quad (3.54)$$

где параметры t и s удовлетворяют условиям $\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s = 1$, $t \geq \frac{\beta_0+k_1}{\beta_0+k_2} \cdot \frac{k_2-k}{k-k_1} \cdot s \geq 0$. Значение

$W_{\min}$ такое же, как и в (3.45).

Рассмотрим случай, когда $u_4^* = 0$. Тогда параметры t и s удовлетворяют условию

$$t + s = 1, \quad (3.55)$$

а также условиям (3.14) и (3.19).

Получаем оптимальное решение: u_1^* из (3.11), u_2^* из (3.12), u_3^* из (3.18), а

$$u_4^* = 0. \quad (3.56)$$

где параметры t и s удовлетворяют условиям (3.14), (3.19) и (3.55).

Преобразуем условия (3.19) и (3.55):

$$\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s - 1 = \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s - t - s. \quad (3.57)$$

Из (3.57) получаем:

$$\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s - 1 = \frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s. \quad (3.58)$$

Тогда u_3^* равняется:

$$u_3^* = -c_1 \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s \right). \quad (3.59)$$

Для u_3^* должно выполняться условие

$$\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s \leq 0. \quad (3.60)$$

Из (3.60) получаем условие для t и s :

$$t \leq \frac{\beta_0+k_1}{\beta_0+k_2} \cdot \frac{k_2-k}{k-k_1} \cdot s. \quad (3.61)$$

Мы получили решение при $k_1 < k < k_2$ и условия (3.55):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s; -c_1 \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s \right); 0 \right), V^* = (0; 0), \quad (3.62)$$

где параметры t и s удовлетворяют условиям $t + s = 1$, $0 \leq t \leq \frac{\beta_0+k_1}{\beta_0+k_2} \cdot \frac{k_2-k}{k-k_1} \cdot s$. Значение $W_{\min}$ такое же, как и в (3.45).

3.4. Общее решение при $k=k_2$

Рассмотрим случай, когда $k=k_2$.

Оптимальный план в двойственной задаче будет иметь вид:

$$u_1^* = \frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t, \quad (3.63)$$

$$u_2^* = \frac{c_1}{a_{21}} \cdot s, \quad (3.64)$$

$$u_3^* = -c_1 \left(\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s - 1 \right), \quad (3.65)$$

$$u_4^* = c_1(1+k_2)(1-t-s), \quad (3.66)$$

где $t \geq 0$, $s \geq 0$, $\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s \geq 1$, $1-t-s \geq 0$.

Последовательно рассмотрим граничные значения параметров t и s .

Если $u_1^*=0$, то $t=0$. Получаем: $u_1^*=0$, $u_2^*=\frac{c_1}{a_{21}} \cdot s$, $u_3^*=-c_1(s-1)$,

$$u_4^*=c_1(1+k_2)(1-s), \quad (3.67)$$

где $s \geq 0$, $s \geq 1$ и $s \leq 1$. Отсюда получаем, что $s=1$.

При $t=0$ и $s=1$, получаем оптимальный план: $u_1^*=0$, $u_2^*=\frac{c_1}{a_{21}}$, $u_3^*=0$, $u_4^*=0$.

Запишем расширенное решение двойственной задачи при $t=0$ и $s=1$:

$$U^*=(0; \frac{c_1}{a_{21}}; 0; 0), V^*=(0; 0). \quad (3.68)$$

Значение целевой функции равно

$$W_{\min}=c_1(n_1+(1+k_2)n_2). \quad (3.69)$$

Если $u_2^*=0$, то $s=0$. Получаем оптимальное решение: $u_1^*=\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t$, $u_2^*=0$,

$$u_3^*=-c_1\left(\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t-1\right), \quad (3.70)$$

$$u_4^*=c_1(1+k_2)(1-t), \quad (3.71)$$

где $t \geq 0$, $t \geq \frac{1+k_1}{1+k_2}$ и $t \leq 1$. Значит, $\frac{1+k_1}{1+k_2} \leq t \leq 1$.

Это решение:

$$U^*=\left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t; 0; -c_1\left(\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t-1\right); c_1(1+k_2)(1-t)\right), V^*=(0; 0). \quad (3.72)$$

где $\frac{1+k_1}{1+k_2} \leq t \leq 1$. Значения целевой функции равно (3.69).

Пусть $u_3^*=0$, тогда $\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s = 1$. Подставляем вместо единицы левую часть:

$$1-t-s=\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s - t - s = \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t - t = \frac{k_2-k_1}{1+k_1} \cdot t. \quad (3.73)$$

Тогда

$$u_4^*=c_1 t(k_2-k_1) \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1}. \quad (3.74)$$

Получаем ещё одно решение двойственной задачи для $\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s = 1$:

$$U^*=\left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot s; 0; c_1 t(k_2-k_1) \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1}\right), V^*=(0; 0). \quad (3.75)$$

где $t \geq 0$, $s \geq 0$, $\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s = 1$. Значение целевой функции равно (3.69).

Рассмотрим случай, когда $u_4^*=0$. Тогда параметры t и s удовлетворяют условию (3.49): $t + s = 1$.

Оптимальные значения переменных будут равны: $u_1^*=\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t$, $u_2^*=\frac{c_1}{a_{21}} \cdot s$, $u_3^*=$

$-c_1\left(\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s - 1\right)$, $u_4^*=0$, где параметры t и s удовлетворяют условиям (15), (20) и (49), а именно

$t \geq 0$, $s \geq 0$, $\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s \geq 1$ и $t + s = 1$.

В выражение $\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s - 1$ подставим вместо единицы $t + s$. Получим: $\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s -$
 $t - s = \frac{k_2-k_1}{1+k_1} \cdot t$. Тогда

$$u_3^* = -c_1 \cdot \frac{k_2-k_1}{1+k_1} \cdot t. \quad (3.76)$$

Получаем множество решений при $k=k_2$ и условии (3.49):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot s; -c_1 \cdot \frac{k_2-k_1}{1+k_1} \cdot t; 0 \right), V^* = (0; 0), \quad (3.77)$$

где параметры t и s удовлетворяют условиям $t \geq 0$, $s \geq 0$ и $t + s = 1$. Значение $W_{\min}$ такое же, как в (3.69).

3.5. Общее решение при $k > k_2$

Рассмотрим оптимальное решение (1.8), когда $k > k_2$. Для параметра $t > 0$ будет выполняться неравенство (3.35) $\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t > t$, а для параметра s условие

$$\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s > \frac{\beta_0+k_2}{\beta_0+k_2} \cdot s = s. \quad (3.78)$$

Рассмотрим предельные значения параметров t и s .

Если $u_1^* = 0$, то $t = 0$. Получаем оптимальное решение: $u_1^* = 0$, $u_2^* = \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s$, $u_3^* = -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_2} \cdot s - 1 \right)$, $u_4^* = c_1(1+k)(1-s)$, где $s \geq 0$, $\frac{1+k}{1+k_2} \cdot s \geq 1$, $s \leq 1$. Из второго неравенства следует, что $s \geq \frac{1+k_2}{1+k}$. Отметим, что при $k > k_2$ выполняется неравенство $\frac{1+k_2}{1+k} < 1$. Поэтому на параметр s накладываются условие

$$\frac{1+k_2}{1+k} \leq s \leq 1. \quad (3.79)$$

Получаем оптимальное решение

$$U^* = \left(0; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s; -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_2} \cdot s - 1 \right); c_1(1+k)(1-s) \right), V^* = (0; 0), \quad (3.80)$$

где $\frac{1+k_2}{1+k} \leq s \leq 1$. Значение $W_{\min}$ такое же, как в (3.45).

Если $u_2^* = 0$, то $s = 0$. Получаем оптимальное решение: $u_1^* = \frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t$, $u_2^* = 0$, $u_3^* = -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t - 1 \right)$, $u_4^* = c_1(1+k)(1-t)$, где $t \geq 0$, $t \geq \frac{1+k_1}{1+k}$, $t \leq 1$.

Записываем оптимальный план:

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t; 0; -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t - 1 \right); c_1(1+k)(1-t) \right), V^* = (0; 0). \quad (3.81)$$

где на параметр t накладывается условие $\frac{1+k_1}{1+k} \leq t \leq 1$.

Значение $W_{\min}$ такое же, как и в (3.45).

Пусть $u_3^* = 0$. Тогда параметры t и s удовлетворяют условию $\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s = 1$, а также условиям (3.14) и (3.16). Значения переменных равны: $u_1^* = \frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t$, $u_2^* = \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s$, $u_3^* = 0$, $u_4^* = c_1(1+k)(1-t-s)$, где параметры t и s удовлетворяют условиям (3.14), (3.16) и (3.46). Из (3.58) следует, что

$$1 - t - s = \frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{k-k_2}{\beta_0+k_2} \cdot s. \quad (3.82)$$

Тогда

$$u_4^* = c_1(1+k) \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{k-k_2}{\beta_0+k_2} \cdot s \right). \quad (3.83)$$

Получаем оптимальный план:

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s; 0; c_1(1+k) \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{k-k_2}{\beta_0+k_2} \cdot s \right) \right), \quad (3.84)$$

$$V^* = (0; 0), \quad (3.85)$$

параметры t и s удовлетворяют условиям $t \geq 0$, $s \geq 0$ и $\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s = 1$. Значение $W_{\min}$ такое же, как и в (3.46).

Рассмотрим случай, когда $u_4^* = 0$. Тогда параметры t и s удовлетворяют условию $t + s = 1$, а также условиям (3.14) и (3.19). Получаем оптимальное решение: $u_1^* = \frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t$, $u_2^* = \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s$, $u_3^* = -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t + \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s - 1 \right)$, $u_4^* = 0$, где параметры t и s удовлетворяют условиям (15), (20) и (49).

Из (3.58) получаем, что $\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s - 1 = \frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s$.

Тогда

$$u_3^* = -c_1 \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{k-k_2}{\beta_0+k_2} \cdot s \right). \quad (3.86)$$

Получаем оптимальный план при $k > k_2$ и условии $t + s = 1$:

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s; -c_1 \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{k-k_2}{\beta_0+k_2} \cdot s \right); 0 \right), V^* = (0; 0), \quad (3.87)$$

где параметры t и s удовлетворяют условиям $t \geq 0$, $s \geq 0$ и $t + s = 1$. Значение $W_{\min}$ такое же, как и в (3.45).

4. Выводы

Для производства продукции двух видов с использованием двух ресурсов и влиянием двух видов спроса, относительного и абсолютного, исследован на оптимальность план (1.8), при котором оба ресурса расходуются полностью, продукция выпускается согласно обоим видам спроса. Рассчитано максимальное значение показателя эффективности производства (3.45): $Z_{\max} = c_1(n_1 + (1+k_1)n_2)$.

Оптимальные значения предельных оценок полезностей ресурсов и влияния факторов зависят от отношения k коэффициентов эффективности производства видов продукции. Они изменяются в рамках предпочтения выпускаемой продукции.

В случае приоритета выпуска продукции A_1 ($k < k_1$) план (1.8) не может быть оптимальным.

В особых рыночных условиях, когда отношение доходов от единицы продукции второго и первого видов продукции пропорционально расходу ресурса R_1 по этим видам продукции ($k = k_1$), план (1.8) будет оптимальным при оценках использования ресурсов и влияния факторов (3.33): $U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} ; 0 ; 0 ; 0 \right)$.

В случае отсутствия приоритета при выпуске продукции ($k_1 < k < k_2$) план (1.8) будет оптимальным. Оценка полезности ресурса R_1 для этого плана не равна нулю.

Если оценка полезности ресурса R_2 равна нулю, то оценки полезности ресурсов и влияния факторов определяются решением двойственной задачи (3.44):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t ; 0 ; -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t - 1 \right) ; c_1(1+k)(1-t) \right), \text{ где на параметр } t \text{ накладывается условие:}$$

$$\frac{1+k_1}{1+k} \leq t \leq 1.$$

Если оценка относительного спроса равна нулю, то решением двойственной задачи будет (3.53):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t ; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s ; 0 ; c_1(1+k) \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s \right) \right), \text{ где параметры } t \text{ и } s$$

удовлетворяют условиям: $\frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s = 1, t \geq \frac{\beta_0+k_1}{\beta_0+k_2} \cdot \frac{k_2-k}{k-k_1} \cdot s \geq 0$.

Если оценка влияния абсолютного спроса равна нулю, то решением двойственной задачи будет (3.62):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t ; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s ; -c_1 \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t - \frac{k_2-k}{\beta_0+k_2} \cdot s \right) ; 0 \right), \text{ где параметры } t \text{ и } s \text{ удовлетворяют}$$

условиям: $t + s = 1, 0 \leq t \leq \frac{\beta_0+k_1}{\beta_0+k_2} \cdot \frac{k_2-k}{k-k_1} \cdot s$.

В особых рыночных условиях, когда отношение доходов от единицы продукции второго и первого видов продукции пропорционально расходу ресурса R_2 ($k = k_2$), план (1.8), как и в случае производства без приоритета, будет оптимальным при различных частных оценках использования ресурсов и влияния факторов.

При нулевой оценке ресурса R_1 оптимальное решение в двойственной задаче будет иметь вид (3.68):

$$U^* = \left(0 ; \frac{c_1}{a_{21}} ; 0 ; 0 \right).$$

При нулевой оценке ресурса R_2 оптимальным будет решение (3.72):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t ; 0 ; -c_1 \left(\frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t - 1 \right) ; c_1(1+k_2)(1-t) \right), \text{ где } \frac{1+k_1}{1+k_2} \leq t \leq 1.$$

Если нулю равна оценка влияния относительного спроса, то в двойственной задаче оптимальным будет решение (3.75):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}}; 0; c_1 t (k_2 - k_1) \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \right), \text{ где } t \geq 0, s \geq 0, \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t + s = 1.$$

При нулевой оценке влияния абсолютного спроса в двойственной задаче оптимальным будет решение (3.77):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k_2}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot s; -c_1 \cdot \frac{k_2-k_1}{1+k_1} \cdot t; 0 \right), \text{ параметры } t \text{ и } s \text{ удовлетворяют условиям } t \geq 0, s \geq 0 \text{ и } t + s = 1.$$

В случае приоритета выпуска продукции A_2 ($k > k_2$) план (1.8) будет оптимальным.

При нулевой оценке полезности ресурса R_1 решение двойственной задачи будет иметь вид (3.80):

$$U^* = \left(0; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s; -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_2} \cdot s - 1 \right); c_1 (1+k)(1-s) \right), \text{ где } \frac{1+k_2}{1+k} \leq s \leq 1.$$

При нулевой оценке полезности ресурса R_2 решением двойственной задачи будет (3.81):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t; 0; -c_1 \left(\frac{1+k}{1+k_1} \cdot t - 1 \right); c_1 (1+k)(1-t) \right), \text{ где на параметр } t \text{ накладывается условие } \frac{1+k_1}{1+k} \leq t \leq 1.$$

Решением двойственной задачи при нулевой оценке влияния относительного спроса будет (3.84):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s; 0; c_1 (1+k) \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{k-k_2}{\beta_0+k_2} \cdot s \right) \right), \text{ параметры } t \text{ и } s \text{ удовлетворяют условиям } t \geq 0, s \geq 0 \text{ и } \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{\beta_0+k}{\beta_0+k_2} \cdot s = 1.$$

Решением двойственной задачи при нулевой оценке влияния абсолютного спроса будет (3.87):

$$U^* = \left(\frac{c_1}{a_{11}} \cdot \frac{1+k}{1+k_1} \cdot t; \frac{c_1}{a_{21}} \cdot \frac{1+k}{1+k_2} \cdot s; -c_1 \left(\frac{k-k_1}{\beta_0+k_1} \cdot t + \frac{k-k_2}{\beta_0+k_2} \cdot s \right); 0 \right), \text{ где параметры } t \text{ и } s \text{ удовлетворяют условиям } t \geq 0, s \geq 0 \text{ и } t + s = 1. \text{ Рассмотрим случай, когда } U^* = 0. \text{ Тогда параметры } t \text{ и } s \text{ удовлетворяют условию } t + s = 1, \text{ а также условиям (3.14) и (3.19).}$$

С помощью рассчитанных решений двойственной задачи можно экономический анализ использования ресурсов, влияния факторов и дать им количественную и качественную оценку. На основе экономического анализа выработать управленческие решения по повышению дохода предприятия.

Библиографический список

1. Мамонов О.В. Анализ эффективного использования двух ресурсов для предприятия, выпускающего два вида продукции // Агропродовольственная экономика: научно-практический электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - №12 - 2016. – 30-62 с.
2. Мамонов О.В. Анализ влияния спроса продукции и запаса ресурса на показатель эффективности производства, выпускающего два вида продукции // Агропродовольственная экономика: научно-практический электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - №2 - 2018. – 20-32 с.

3. Мамонов О.В., Бикеева М.В. Решение задачи об использовании двух ресурсов для предприятия, выпускающего два вида продукции, с учётом влияния минимальной относительной нормы производства одного вида продукции к другому и минимальной нормы выпуска продукции второго вида// Агропродовольственная экономика: научно-практический электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - №3 - 2018. – 22-41 с.

4. О. В. Мамонов. Анализ использования двух ресурсов предприятия с двумя видами продукции с помощью графического способа решения задачи линейного программирования: Агропродовольственная экономика: научно-практический электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - №10 - 2016. – 7-42 с.

5. О. В. Мамонов, Р. В. Луцик. Пример расчёта оценки влияния спроса на доход предприятия с двумя ресурсами: сб. трудов научно-практической конференции преподавателей, студентов, магистрантов и аспирантов Новосибирского государственного аграрного университета (г. Новосибирск, 16-17 октября 2017 г.), выпуск 2. / Новосиб. гос. аграр. ун-т. – Новосибирск: ИЦ «Золотой колос», 2017. – 365 с.

6. О. В. Мамонов, С. В. Егорова, А. А. Пугачёва. Влияние спроса продукции двух видов и запаса ресурса на эффективность производства/ Теория и практика современной аграрной науки: сб. национальной (всероссийской) научной конференции (г. Новосибирск, 20 февраля 2018 г.) / Новосиб. гос. аграр. ун-т. – Новосибирск: ИЦ «Золотой колос», 2017. – 903 с.

7. Р.Ш. Хуснутдинов. Экономико-математические методы и модели: Учебное пособие - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с., 500 экз.

8. Экономико-математические методы в примерах и задачах: Учеб. пос. / А.Н. Гармаш, И.В. Орлова, Н.В. Концевая и др.; Под ред. А.Н. Гармаша - М.: Вуз. уч.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 - 416с., 700 экз.

9. Экономическая теория. Микроэкономика: Учебник/ Под ред. Г. П. Журавлёвой - ИТК «Дашков и К, 2014. - 914 с.

10. В. В. Федосеев. Экономико-математические модели и прогнозирование рынка труда: Учеб. пособие - 2-е изд., доп. и испр. - М.: Вузовский учебник, 2010. - 144 с., 500 экз.

Менеджмент

УДК 33.338

Гришина А.А. Технологии формирования корпоративной экосистемы сервисной компании

Technologies of formation of a corporate ecosystem of a service company

Гришина Анна Александровна

Студентка 4 курс

Факультет «Сервис и туризм»

Донской государственный технический университет (ДГТУ)

Grishina Anna Alexandrovna

Student 4 course

Faculty "Service and Tourism"

Don State Technical University (DGTU)

Аннотация. В статье рассматривается механизм формирования корпоративной культуры в организации. Показано, что наличие корпоративной культуры компании позволяет придать ей идентификационные характеристики. Делается вывод о том, что необходимо ставить адекватные стратегические цели и добиваться их исполнения. В этом случае корпоративная культура будет помогать реализовывать стратегию.

Ключевые слова: Коммуникации, культура, ценности, мотивация, имидж, правила, бизнес, бренд

Abstract. The article discusses the mechanism of formation of corporate culture in the organization. It is shown that the presence of the corporate culture of the company allows us to give it identification characteristics. It is concluded that it is necessary to set adequate strategic goals and to achieve their implementation. In this case, the corporate culture will help implement the strategy.

Keywords: Communication, culture, values, motivation, image, rules, business, brand

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Любые деловые коммуникации - это игра по правилам, которым необходимо уделять особое внимание, так как любое нарушение этих правил ставят под сомнение не только воспитанность нарушившего, но и его компетентность в целом. Три основных свода правил поведения в бизнесе это корпоративная культура, бизнес-этика и бизнес этикет. Корпоративная культура отвечает за климат и коммуникации коллег внутри коллектива и за то, как компания выглядит со стороны [1]. Бизнес этика ставит этические, то есть моральные границы, которые нельзя переступить даже в целях выгоды и даже, если это не станет достоянием

общественности, а бизнес-этикет регулирует внешние проявления корпоративной культуры и бизнес этики. Начиная от стиля в одежде и до правил протокола на международных встречах.

Казалось бы, тема простая и не слишком важная, но соблюдение этих сводов правил формирует «лицо» любой компании, ее репутацию и, в конечном итоге, бренд. А что может быть важнее создания красивого достойного и уважаемого бренда?

Рассмотрим механизм создания в крупной организации плана развития персонала и корпоративной культуры на несколько лет вперед.

Во-первых, - главная мысль, которая приходит в голову, когда начинаешь задумываться над понятием корпоративная культура: «А все ли понимают одинаково этот термин?». Некоторые открытые источники дают несколько странное определение: «Корпоративная культура – это совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации».

Оказывается, наличие корпоративной культуры любого уровня развития и зрелости автоматически обеспечивает «... эффективность ... моделей поведения...». Почему же тогда приходится иногда слышать о «незрелой корпоративной культуре» или о том, что «отсталая культура» тормозит преобразования? Оставим на совести людей, пишущих для открытых источников такие определения. Возьмем на вооружение то, что корпоративная культура может отставать от потребностей развития бизнеса и даже тормозить развитие организации [2].

Обратимся к корпоративной практике. В некой организации существовало негласное правило, по которому никто из руководителей не имел права уйти домой раньше генерального директора. Команду руководителям «Пошли по домам!» подавала его секретарша, когда шеф покидал кабинет. Авторитарный характер корпоративной культуры, сформированной сверху «красным директором из оборонки», ни у кого из руководителей не вызывал протеста. Протест, а вместе с ним и инициатива, гасился «в зародыше». Так работала унаследованная с советских времен авторитарная корпоративная культура.

Во-вторых, - следующая мысль была определена как: «Корпоративная культура напрямую определяет почти весь успех или неуспех проектов перемен». Действительно, перебрав в памяти свои проекты реинжиниринга за последние десять лет, можно увидеть, что максимальное количество проблем в консалтинговых проектах доставила именно пассивная, не соответствующая требованиям бизнеса корпоративная культура. Какие бы прекрасные планы и мероприятия ни придумали консультанты, если «совокупность моделей поведения» направлена на сохранение status quo в «корпоративном болоте», внедрение любых изменений в организации сопряжено с преодолением огромной инерционности. Неслучайно среди условий для успешного проведения проектов изменений в организациях одно из ведущих мест занимает наличие в организации «агентов перемен» [3]. То есть 25-30% сотрудников и все руководство должны поддерживать и активно участвовать в этих проектах.

Приведем пример из корпоративной практики. Внедрение разработанной и рассчитанной модели перехода на систему проектного управления для организации-заказчика было «заморожено» из-за того, что два ключевых заместителя генерального директора отказались делиться властью и работать на проектной основе на общий результат. Им было комфортно жить в условиях функциональных границ и функциональных планов, а проблемы с продажей продукции их не волновали, тем более что коммерческий директор был намного моложе их и не так тесно связан с генеральным директором неформальными связями. Так прогрессивные преобразования утонули в пресловутом «корпоративном болоте».

В-третьих, - очередная мысль сформировалась из первых двух и показалась самой интересной. Чтобы корпоративная культура стала инструментом управления организацией, а не тормозом для развития, высшее руководство организации должно управлять ее созданием и развитием. То есть, руководству организации нельзя пускать на самотек формирование гласных и негласных норм, правил и моделей поведения [4].

Опять же пример из корпоративной практики. В одной организации с корпоративной культурой «семейного типа» в ходе первичного инструктажа инженер по технике безопасности щедро делился с новыми сотрудниками «традицией» уходить с работы на полчаса раньше, чем установлено окончание рабочего дня. Так без участия руководства, но под влиянием инженера по технике безопасности, у новичков начинала формироваться корпоративная культура «Здесь можно халтурить».

Следующий пример корпоративной жизни. В другой организации на сотрудника, уходящего с работы раньше 20.00, смотрели как на лентяя, и руководство могло сделать ему совсем не шутивное замечание. При этом окончание рабочего дня было зафиксировано в 18.30. В 21.00 на рабочих местах находилось более 50% сотрудников, невзирая на то, есть ли у них реальные дела. Так сформировалась корпоративная культура «Все для «галочки»».

Чтобы осознанно и целенаправленно формировать корпоративную культуру, каждая организация должна определить цели и составные части корпоративной культуры, которые ей необходимы на данном этапе развития [5]. Начнем с определения целей формирования корпоративной культуры.

Цели создания корпоративной культуры. В статьях, книгах и учебниках, посвященных созданию корпоративной культуры, описываются различные ее проявления и аспекты, регламентированные и неформальные, такие как:

- Цели, ценности и миссия организации.
- Имидж организации.
- Фирменный стиль.
- Правила дресс-кода.
- Порядок проведения совещаний.
- Порядок контроля и отчетности о выполнении поручений.
- Порядок изменения положения и статуса сотрудника.
- Система льгот и компенсаций.

- Принятые правила общения и поведения и т.д.

Но все перечисленное является результатом или внешними признаками проявления сформированной или уже сложившейся корпоративной культуры. Поиски целей осознанного и целенаправленного создания корпоративной культуры в организации привели к тому, что основными ее назначениями являются:

- Создание благоприятного имиджа организации для успеха во внешней среде.
- Создание условий, мотивирующих сотрудников на более эффективную работу для блага организации.

Благоприятный имидж организации создают самые разные процессы и подразделения: PR и HR, реклама и маркетинг, производство и сервис, закупки и др. Невозможно перечислить все элементы, составляющие корпоративную культуру, и создающие ее процессы в рамках статьи, поэтому ограничимся только второй целью: «Создание условий, мотивирующих сотрудников».

Как правило, ответственность за систему мотивации в организациях возложена на директора по персоналу [6]. Поэтому дальше разговор пойдет о том, какие факторы и HR-процессы и на каком этапе развития необходимы организации для осознанного и целенаправленного формирования корпоративной культуры.

Факторы мотивации в корпоративной культуре. Классический список факторов, мотивирующих или демотивирующих сотрудников, еще в 1959 году составил Фредерик Херцберг. В различных источниках Херцберг приводит несколько отличающихся списков мотивирующих факторов, делит их на «Гигиенические и мотивационные факторы» и на факторы первого и второго уровня.

Факторы, перечисленные ниже, являются факторами первого уровня и приведены не в порядке их значимости или важности, а в том порядке, как они появлялись в таблице, описывающей результаты обследования группы, возглавляемой Херцбергом. Необходимо отметить, что каждый из факторов может играть как положительную, мотивирующую роль, так и отрицательную, демотивирующую роль [7].

1. Признание – факт публичной оценки, похвалы или обвинения человека: позитивная и негативная мотивация.

2. Успех и достижения – успех или провал, удачное завершение рабочего задания, разрешения какой-либо проблемы и возможность видеть результаты своего труда.

3. Возможность роста – изменение формального статуса человека, официально включающего или исключающего продвижение по служебной лестнице.

4. Продвижение по службе – реальные изменения официального статуса или положения человека в организации.

5. Зарботная плата – факторы, связанные с повышением или не оправдавшимися ожиданиями от уровня оплаты труда.

6. Межличностные отношения (МЛО) – в трех категориях отношений:

- С вышестоящими руководителями.

- С подчиненными сотрудниками.
- С сотрудниками равными по статусу.

7. Технические аспекты руководства – готовность и неготовность непосредственного начальника делиться полномочиями или его желание или нежелание заниматься обучением подчиненных.

8. Ответственность – удовлетворение от принятия всей полноты ответственности за свою работу, выполняемую другими лицами, или получая новые обязанности.

9. Общая и административная политика организации:

– Качество организации и управления работой – запутанность коммуникаций, подчинения, объема полномочий.

– Вредоносность или благоприятное воздействие политики организации.

10. Условия работы – физические рабочие условия, объем работы, помещения и оборудование, вентиляция и освещение.

11. Собственно работа – рутинная или разнообразная, творческая или отупляющая, легкая или чрезмерно сложная.

12. Факторы личной жизни – аспекты работы, влияющие на личную жизнь таким образом, что эффекты этого становились факторами, определяющими отношение человека к работе.

13. Статус – ситуация, когда вопрос наличия официального статуса становится фактором, определяющим отношение человека к работе – служебный автомобиль, секретарша...

14. Стабильность работы – объективное отражение в ощущении человека относительно стабильности своей занятости на данном рабочем месте.

Таким образом, конечной целью HR-процессов по осознанному и целенаправленному созданию корпоративной культуры является выработка у сотрудников мотивации на эффективную работу [8]. При этом необходимо задействовать набор вышеперечисленных факторов. Причем, в каждом конкретном случае из всего списка могут быть выбраны не все факторы, а только те, которые реально влияют на ожидания и мотивацию группы сотрудников или отдельных уникальных специалистов.

Разобравшись с мотивационными факторами, которыми надо управлять в ходе формирования и развития корпоративной культуры, следует определить процессы, которые влияют на эти факторы, и риски, возникающие на каждом этапе развития организации.

HR-процессы формирования корпоративной культуры. В одном из консалтинговых проектов были сформулированы следующие этапы развития и процессы, формирующие корпоративную культуру:

Процесс кадрового делопроизводства или отдел кадров в любой организации должен работать в соответствии с требованиями российского законодательства. Реализация его может быть разной – от самой простой (папка с десятью трудовыми книжками в сейфе у бухгалтера) до полноценного кадрового учета с системой кадровых приказов и архивом.

Риски неисполнения этого процесса – это риски нарушения российского законодательства для работодателя, со всеми вытекающими последствиями.

Переход на следующий уровень - *уровень управления персоналом*, - характеризуется наличием процессов осознанного подбора, обучения и аттестации персонала. Соответственно, должны быть назначены владельцы этих процессов, которые подбирают и обучают персонал по установленным требованиям и заявкам от владельцев основных процессов.

Риски неэффективного исполнения процессов осознанного подбора, обучения и аттестации персонала связаны, как правило, с подбором самых дешевых, а не самых эффективных сотрудников [9]. Проявляются эти риски в виде пониженной лояльности новых сотрудников и повышенному проценту сотрудников, не выдержавших испытательный срок. Работу по подбору приходится начинать заново и это обходится достаточно дорого.

Приведем наглядный пример. В одной организации коэффициент текучести персонала являлся плановой цифрой: «Не менее 30% в год». Да, именно так. Собственники поставили задачу менеджерам, исходя из простейшей формулы: «Чтобы не успели научиться воровать». Иногда такой взгляд собственников имеет под собой основания. Так, в другом проекте при анализе торгово-закупочного бизнеса были выявлены факты воровства и «откатов» со стороны руководителя департамента и его заместителя.

Чтобы шагнуть на следующую ступень развития, – *управление человеческими ресурсами* – желательно разработать и придерживаться определенной политики в области персонала. Необходимо повысить лояльность сотрудников за счет социальных программ и воспитания собственных руководителей и специалистов с помощью создания кадрового резерва.

Риски с развитием сложности отношений сотрудников в организации и увеличением количества мотивирующих факторов, как ни странно, растут [10]. Чем легче менеджеры «отпускали гайки» во время бурного роста рынка, тем сложнее потом «приводить в чувство» разболтавшихся сотрудников. При излишнем внимании к мотивирующим факторам в виде «пряников» и отсутствию факторов демотивирующих – «кнута», очень легко теряется управление сотрудниками и руководителями до самого высшего уровня.

Другой пример. В проекте реформирования некой компании пришлось выдать собственникам рекомендацию на увольнение первого заместителя гендиректора. По результатам диагностики было установлено, что он не принимает никакого участия в управлении компанией. Такая ситуация длилась около полутора лет, а генеральный директор не осмеливался сам поставить этот вопрос перед собственниками, считая своего первого заместителя чьей-то креатурой.

Трех перечисленных выше этапов явно недостаточно, чтобы охватить весь спектр мотивирующих факторов, поэтому переходим на следующую ступень развития, на которой сотрудники рассматриваются как капитал компании.

Человеческий капитал определяется как совокупность знаний, умений и навыков сотрудников, поэтому на первое место выходят процессы оценки и развития компетенций сотрудников [11]. Чтобы

сотрудники, повысившие свою капитализацию, максимально эффективно работали, приходится постоянно контролировать уровень их лояльности к организации и удовлетворенности своим положением или набором мотивирующих факторов, которые им достаются в силу их положения. Для повышения лояльности часто используются методы нематериальной мотивации. И обычно на этом этапе происходит рост затрат на обучение сотрудников, на создание корпоративных программ или университетов.

Риски ошибки в выборе мотивирующих факторов возрастают еще больше. Управлять персоналом высокой квалификации очень сложно, у каждого из них могут быть мотивирующие факторы и запросы, которые бывает сложно предугадать [12].

Самая сложная и обширная часть процессов по формированию новых аспектов корпоративной культуры происходит тогда, когда собственникам при росте компании приходится делегировать полномочия и делиться властью и доходами. Такие отношения требуют особого доверительного уровня управления и работы сотрудников. Сотрудники, которым оказано доверие, должны проявлять творчество и инициативность, а руководство, в свою очередь, должно научиться отделять прожекты от разумных инициатив и нестандартных решений.

Пример из корпоративной практики. В одной крупной компании собственник, озабоченный уровнем лояльности рядового персонала, потребовал разработать для него систему регулярной оценки «Счастья персонала». HR-директору, с привлечением инициативной группы, удалось разработать относительно простую методику, дающую достаточно адекватную оценку «Уровня счастья» и обратную связь от персонала. К сожалению, все это осталось на бумаге, и не было внедрено. Одним из способов оценки «счастья персонала», применявшихся ранее, было прямое измерение уровня эндорфинов в крови сотрудников во время прохождения ежегодной диспансеризации. Попытка применения этого метода в одной из отраслей промышленности еще в советские времена дала результаты, отличающиеся от аналогичных зарубежных данных. «Уровень счастья» у советских рабочих оказался ниже, чем у американских в аналогичном секторе производства.

На этом этапе необходимость управляемого развития корпоративной культуры становится особенно острой, так как доверенные руководители приобретают большие права и полномочия для принятия сложных и дорогостоящих решений. Риски ошибок и злоупотреблений возрастают вместе с объемом переданных полномочий и ответственности за принятие решений [13]. Возрастают затраты на опционные программы и «золотые парашюты» для топ-менеджмента и, соответственно, – на контрольный аппарат. Хотя рост собственного контрольного аппарата и даже привлечение внешних аудиторов не является гарантией от злоупотреблений, если установленная система мотивации построена только на краткосрочных финансовых целях. Во все учебники по менеджменту уже вошел пример сокрушительного краха в 2001 году крупнейшей энергетической компании Enron и ее аудитора – одной из крупнейших аудиторских компаний – Arthur Andersen. Принятый по следам этого краха «Закон Сарбайнса-Оксли» существенно повысил затраты на контрольно-ревизионные мероприятия.

Перечисленные этапы развития и процессы создают только небольшую часть корпоративной культуры и являются не образцом для копирования и подражания, а одним из примеров того, как можно разработать план корпоративного развития, включающий путь создания новых процессов и функций в службе персонала в перспективе пяти-семи летнего развития всей организации. На наш взгляд, весь процесс достаточно прост: нужно ставить адекватные стратегические цели и добиваться их исполнения [14]. В этом случае корпоративная культура будет помогать реализовывать стратегию.

Библиографический список

1. Артамонов Б.В., Бородай В.А., Новак Л.В., Петренко А.С., Савицкая В.Ю., Цветкова Г.С. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития. Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018.
2. Бородай В.А. Торговля как социально-инновационный процесс и фактор социальной трансформации // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 4. С. 181-184.
3. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Интенциональность потоков коллективной коммуникации в ивент-индустрии // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 6 (112). С. 34.
4. Бородай В.А., Минасян Л.А. Алгоритм моделирования управленческих решений в условиях неопределенности // Современные научные исследования и разработки. 2018. № 3 (20). С. 134-138.
5. Петренко А.С., Бородай В.А. Особенности формирования организационной культуры предприятий сферы услуг // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 3.
6. Бородай В.А. Нелинейность связи причины и следствия в современном бизнесе // В сборнике: Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг Сборник научных трудов. Выпуск 12. Сер. "Социально-экономические и общегуманитарные проблемы развития сферы услуг. Том 2 Социально-экономические проблемы развития сферы услуг" Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 35-39.
7. Минасян Л.А., Дудкина О.В. Влияние иерархии зон ответственности на управленческие решения менеджеров // В сборнике: Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук Сборник научных трудов. Западный, 2018. С. 114-122.
8. Бородай В.А., Минасян Л.А. Проблемы эмерджентности системы управления в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 90-96.
9. Kasyanov V.V., Minasyan L.A., Borodai V.A., Ponomarev I.E., Samygin P.S., Vorobyev G.A., Skvortsov D.V. Health management and the strategies to meet a healthy society // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. 2018. № 9 (4). С. 357-368.

10. Бородай В.А., Дудкина О.В. **Альтернативы гомогенизации системы мотивирования персонала сервисных компаний** // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 30.
11. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.
12. Бородай В.А. Валидность методов управления в сервисной деятельности // В сборнике: **ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ** Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 202-209.
13. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Специфика оценки качества неосязаемых услуг в сервисной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 33.
14. Дудкина О.В., Минасян Л.А., Бородай В.А. Смысловая конструкция цели в стратегических решениях // **Амея науки**. 2018. Т. 3. № 7 (23). С. 245-252.

УДК 33

Гутников М. Д. Определение российской деловой культуры в контексте современных типологий

Determination of Russian business culture in the context of modern typologies

Гутников М. Д., научный руководитель **Зябриков В. В.**

1. Студент, Санкт-Петербургский государственный университет
Г. Санкт-Петербург, Россия

2. К. э. н., доцент, Санкт-Петербургский государственный университет
Г. Санкт-Петербург, Россия
Gutnikov M., Supervisor Zyabrikov V.

1. Student, St. Petersburg State University,
Saint-Petersburg, Russia

2. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, St. Petersburg State University,
Saint-Petersburg, Russia

Аннотация. Статья посвящена определению ключевых особенностей российской деловой культуры и ее идентификации среди национально-культурных кластеров. Рассмотрены различные методы кластеризации и основные типологии на основе единой типологии деловых культур. Была проведена комплексная оценка российской национальной деловой культуры в рамках выбранной типологии. Осуществлено кластерное сравнение российской деловой культуры с ключевыми представителями выбранных кластеров на основе математической модели.

Ключевые слова. Российская деловая культура, национальная культура, типология, кластеризация.

Abstract. The article is devoted to the definition of the key features of the Russian business culture and its identification among the national cultural clusters. Various methods of clustering were analyzed in this article and the basic typology was selected on the basis of a common typology of business cultures. The author makes a comprehensive assessment of the Russian national business culture based on the chosen typology. There is a cluster comparison of the Russian business culture with key representatives of the selected clusters based on a mathematical model in this article.

Keywords. Russian business culture, national culture, typology, clustering.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Данная работа посвящена выявлению специфики российской деловой культуры, её месту в культурных кластерах. Проблема заключается в проведении кластеризации на основе объективной общепринятой классификации, благодаря которой могла бы появиться возможность определения культурных соседей России для перспектив заимствования опыта сходных по культуре стран (например, опыта принятия стратегических решений, опыта формирования мотивационной базы сотрудников, опыта осуществления контроля, опыта кратко- и среднесрочного планирования).

Для осуществления поставленной цели было принято решение рассмотреть и проанализировать существующие на данный момент типологии деловых культур, на основе анализа определить несколько возможных вариантов кластеризации, среди которых выбрать наиболее оптимальный, после чего идентифицировать ключевые черты российской деловой культуры.

Общепринятыми сегодня являются следующие типологии национальных деловых культур.

Типология Г. Хофстеде с шестью осями измерений (дистанция от власти, индивидуализм/коллективизм, избегание неопределённости, мужественность/женственность, ориентация на будущее, потворство желаниям/сдержанность), комплексно и количественно оценивающими деловую культуру страны.

Типология Р. Льюиса, основанная на трёх измерениях (моноактивность, полиактивность, реактивность) культур.

Типология культур Ф. Тромпенааса и Ч. Хэмпден-Тернера, выделяющая культуры, ориентированные на достижения (Инкубатор), ориентированные на цель (Ракета), ориентированные на власть (Семья), ориентированные на роль (Эйфелева башня).

Каким образом выбрать основу для кластеризации? Были рассмотрены следующие возможные варианты: ограничиться одной конкретной типологией (что, скорее всего, не предоставит достаточной теоретико-эмпирической базы для объективной оценки); рассмотреть несколько типологий в совокупности (что может привести к невозможности интерпретации большого количества данных и межтипологическим противоречиям); выбрать в качестве базисной определённую типологию, доработать её, выбрав ключевые факторы, оказывающие наибольшее влияние на кластеризацию, и подтвердить результаты с помощью математической модели (что будет оптимальным путём решения проблемы).

Какую типологию следует выбрать в качестве базисной? Для ответа на данный вопрос необходимо применить единую типологию деловых культур В. В. Зябрикова.

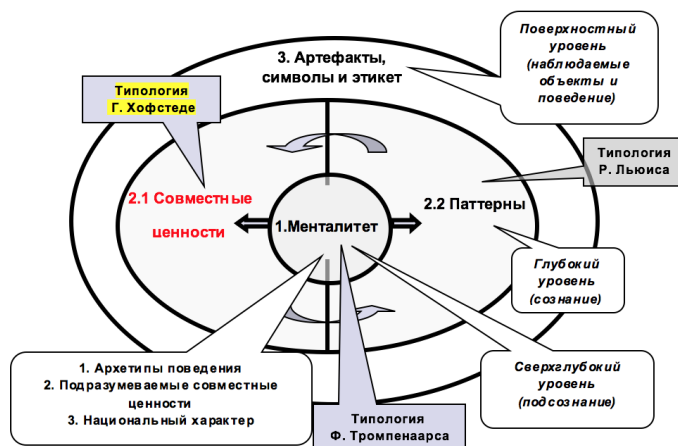


Рисунок 1. Обобщенная модель деловой культуры, построенная на основе её базовых элементов [1]

Исходя из Рисунка 1, можно утверждать, что выбор типологии зависит от того, какой элемент культуры исследователь определяет как основной, однако важно понимать, что классификации на разных уровнях являются не альтернативными, а взаимодополняющими. По мнению автора настоящей статьи, менталитет, как уровень подсознания, является слишком широким для последующего анализа и конкретных выводов. Артефакты, символы и этикет, как поверхностный уровень, являются слишком специфичными и субъективными. Наилучшим в данном случае является глубокий уровень сознания, на котором находятся совместные ценности (типология Г. Хофстеде) и поведенческие паттерны (типология Р. Льюиса). Что касается типологии Р. Льюиса, то использование в его «треугольнике» «только трёх центров кластеризации вместо необходимых при наличии двух ценностных осей – четырёх» [2] ставит под сомнение возможность применения этой типологии в качестве базисной.

Таким образом, было принято решение отталкиваться от классификации Хофстеде [3], как наиболее широко предоставляющей эмпирические данные с возможностью интерпретации. Далее были выбраны два ключевых параметра вышеуказанной классификации из шести: «мужественность-женственность» и «индивидуализм-коллективизм» (оказывающих наиболее непосредственное влияние на процесс принятия решений). По Хофстеде, российская деловая культура является женственной (эмоциональной), коллективной, с большой дистанцией от власти, достаточно консервативной (высокий бал у «избегания неопределённости»), с сильной ориентацией на будущее и с низким «потворством желаниям» (сдержанной).

Затем было проведено сравнение (на базе Хофстеде) российской деловой культуры с основными представителями западного (США, Германия), скандинавского (Дания, Швеция), восточного (Китай, Япония) и южно-европейского (Испания, Греция) кластеров. Автор пришёл к выводу, что национально-культурными соседями России являются представители стран востока: относительное соответствие по ключевому (коллективизм) и трём неключевым (дистанция от власти, ориентация на будущее, потворство желаниям) показателям. Также достаточно близки российской национально-деловой культуре представители стран Южной Европы: сходство по двум ключевым (коллективизм, женственность) и двум неключевым (избегание неопределённости, потворство желаниям) показателям. Для подтверждения совокупного сравнительного анализа была составлена математическая модель. Взяв значения вышеуказанных ключевых показателей по странам и поместив Россию в отдельную ячейку с представителями каждого из основных типов деловой кластеризации, автор рассчитал среднеквадратичные отклонения. Они были минимальными со странами Востока и Южной Европы, что подтвердило вышеуказанные утверждения.

Выводы:

1. Российская национально-деловая культура является семейной. Её характеризует вертикальный коллективизм и относительно большая дистанция от власти. Неделовые отношения ценятся высоко, эмоциональность - повышена, решения принимаются совместно. Иерархичность выражена достаточно сильно.

2. Ближайшие культурно-деловые соседи России - представители Южной/Латинской Европы (Греция, Испания), а также представители восточного кластера (Китай, Япония). Что касается стран Южной Европы, то этот вывод соответствует данным и так называемого «Треугольника Льюиса», определяющего наши страны как полиактивные, поэтому использование опыта развития этих стран может быть весьма благоприятным для российских бизнесменов и менеджеров. Наиболее актуальным является заимствование «инструментов стратегического менеджмента, обладающих цельностью, дающих системное представление о фирме, таких как система сбалансированных показателей, цепочка создания ценности и теория жизненного цикла фирмы» [4].

Библиографический список

1. Зябриков В.В. Сравнительный анализ классификаций национальной деловой культуры на основе единой типологии. Проблемы современной экономики: Евразийский межрегиональный аналитический журнал, Гл. ред. Н. Ф. Газизуллин. ООО «Научно-производственная компания «РОСТ», Санкт-Петербург, N 4, 2015. С.244.
2. Зябриков В. В. Систематизация ценностей деловой культуры России / В. В. Зябриков // Креативная экономика. – 2015. – Том 9, No9. - С. 1193.
3. Hofstede Insights [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hofstede-insights.com> (дата обращения: 10.01.2018)
4. Аренков И.А., Зябриков В.В. Эволюция и национальные черты российского маркетинг- менеджмента // Российское предпринимательство. — 2016. — Т. 17. — No 15. — С. 1723.
5. Льюис, Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Р. Д. Льюис. – Дело, 2001. С. 432.
6. Сиппола, М. Черты скандинавской корпоративной культуры в деятельности российских предприятий / М. Сиппола // Труды Карельского научного центра РАН. – 2012. - No6. – С. 54-57.
7. Шаповалов, В. Ю. Характерные черты деловых культур запада и востока / В. Ю. Шаповалов // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2010. – No4 (6). – С. 111-116.
8. Горбанёв, С. В. Основные особенности современного российского менеджмента/ С. В. Горбанёв// Экономика и экономические науки. – 2010. - No2. С. 4.

УДК 33.338

Ющенко В.В. Ожидания и результаты - противоречия в системе мотивации персонала

Expectations and results - contradictions in the system of personnel motivation

Ющенко Валентина Владимировна

кандидат экономических наук, доцент
Башкирский государственный университет,
Стерлитамакский филиал
Yushchenko Valentina Vladimirovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Bashkir State University,
Sterlitamak branch

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы системы мотивации персонала, основанной на KPI. Показано, что несмотря на противоречия данной системы мотивации, KPI нужны обязательно. При этом, их не следует ограничивать рамками системы мотивации и премирования.

Ключевые слова: эффективность, мотивация, бизнес-процессы, персонал, показатели, производительность

Abstract. The article deals with the problems of personnel motivation system based on KPI. It is shown that despite the contradictions of this system of motivation, KPI are necessary. At the same time, they should not be limited to the framework of the system of motivation and bonuses.

Keywords: efficiency, motivation, business processes, personnel, performance, performance

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Система KPI – эффективный инструмент бизнеса, но как это часто бывает, внедряется не по назначению, в итоге разочаровывает руководителей [1]. А какие же методы мотивации действительно работают?

На определенном этапе развития компании руководителю приходит в голову мысль, что нужно что-то менять. В этот момент у руководителя всегда субъективное ощущение, что штат раздут, зарплаты завышены, работает только 20% персонала, остальные – лодыри, которых просто еще не поймали за бездельем, а бизнес не приносит ожидаемой прибыли.

Одним из выходов в этой ситуации, который находит руководитель, это поиск нового HRD, который предложит волшебное решение всех проблем, связанных с производительностью персонала. Стандартные ожидания от нового HRD: снижение затрат на ФОТ и повышение показателей работы персонала, и как следствие, увеличение прибыли компании. Причем при найме HRD последнего даже не спросят, какое бы

решение он предложил – обычно решение уже готово. Это внедрение новой системы мотивации, а задача HRD – это решение реализовать.

В 90% случаев HRD, идя на поводу у работодателя, предполагает внедрение системы KPI, как наиболее понятной и ожидаемой системы мотивации.

По итогу, когда проект по системе мотивации заканчивается, компания получает на выходе примерно следующие результаты:

1. ФОТ увеличился на 10-15%. Оказалось, что нельзя «попилить» текущий оклад работника на оклад пониже + премия. При установке KPI работнику необходимо что-то дать (иначе какой стимул выполнять достижения?). Дать из того, что он уже имеет (попилить оклад на оклад пониже + премия), не получается. Приходится увеличивать бюджет ФОТ и предлагать работнику «морковку», за которую он будет тянуться к высотам KPI.

2. Пришлось нанять дополнительный персонал или нагрузить за доплату текущий персонал, так как все KPI требуют регулярного мониторинга, расчетов, процедуры утверждения и пр.

3. ФОТ увеличился, а показатели производительности труда – нет [2]. Либо увеличились, но незначительно.

4. Компания не стала больше зарабатывать, зато стала больше тратить, на увеличенный ФОТ и доплату персоналу за обработку KPI.

Почему так происходит? Когда сотрудник приходит устраиваться на работу, он готов продать свои навыки за определенную, гарантированную, сумму дохода [3]. Самое частое, что вы можете услышать от сотрудников российского бизнеса в части оплаты труда, это фразу: «Я в премии не верю». И согласитесь, довольно обоснованное замечание.

Обман сотрудников на премии – это профессиональный спорт в российских компаниях. Поэтому большинство сотрудников готовы выполнять даже повышенный объем работы, но за конкретную, гарантированную, сумму оплаты (оклад).

Дело в том, что мотивация к эффективному труду не базируется на том, какую награду работник получит. Производительность труда основывается на внутренней мотивации человека, которая формируется еще в детстве. На внутренней дисциплине, уровне эмоционального интеллекта, установках доводить дело до конца, степень ответственности и количестве жизненных сил [4]. Все эти качества нельзя купить за деньги. Они либо есть, либо нет.

Если вы попытаете «морковкой» мотивировать работника, у которого низкий уровень вышеуказанных качеств, то он будет только искать способ формально обойти правила, меньше работать, но при этом получить «морковку» побольше. И наоборот. Мотивировав «морковкой» работника с высоким уровнем вышеуказанных качеств, для него «морковка» не будет стимулом для увеличения результативности труда (он и так работает на максимум в силу личностных качеств). Для него это будет просто приятным дополнением к основному доходу, т.е. окладу.

Причем показатели обоих работников могут незначительно увеличиться. У первого за счет имитации бурной деятельности, у второго за счет небольшого перенапряжения. Но глобально производительность обоих особо не вырастет. Причем второй начнет зарабатывать очень хорошо, ведь у него в принципе и без мотивации высокие показатели. Но теперь ему еще и доплачивают за эти показатели. В итоге показатели те же, а оплата выше. Обычно в этот момент второму «режут» премию, он деморализуется и через некоторое время увольняется.

Обработка данных по результатам KPI – это отдельная тема. Обычно вся сложность заключается в том, что руководство компании экономит на программном обеспечении, которое может разгрузить работников, занятых на отслеживании, расчете результата показателей, обходясь функционалом Excel. К тому же, IT-отделу неохота возиться с внедрением нового продукта, руководителям осваивать новые программы, а HRD не всегда готов предложить конкретный продукт. В итоге производительность труда не выросла, прибыль не увеличилась, а руководители разругались из-за подсчета премий подразделений друг друга [5]. Сплошное яблоко раздора.

Сегодня практически сложно встретить работников, которые бы откровенно ленились и ничего не делали бы на своем рабочем месте. Избегать работы – это трудозатратно и скучно. Настоящие лентяи обычно либо не работают вообще, сидя на обеспечении у родственников или государства, либо долго в компании не задерживаются (пару месяцев на имитацию деятельности).

В массе своей работники готовы к труду. Причем к довольно большому объему труда. Это берет свое начало из теории «У» Мак Грегора, и если работник ничего не делает, обычно на это есть причины. Они могут быть разного характера: задача не поставлена, не выполнима, непонятна, работник деморализован чем-то... Но лень – редкое явление.

На внутреннюю мотивацию работника повлиять невозможно [6]. Но работодатель может создать условия для повышения как внутренней мотивации, так и внешнего стимулирования персонала, которые основываются на четырех «слонах».

Во-первых, – ресурсы. Для реализации любой задачи необходимы ресурсы. К ресурсам относится широкий спектр возможностей, начиная от наличия необходимого количества канцтоваров, до сырья, финансовых средств, рабочей силы и т.д. Очень печально наблюдать картину, когда работник не может выполнить поставленную задачу из-за отсутствия ресурса для ее выполнения. К примеру, работник не может подписать договор с клиентом, потому что в офисе кончилась бумага, потом он не может отправить документ курьером, потому что такого рабочего ресурса нет в компании и вообще из-за отсутствия принтера в кабинете он даже напечатать документ не сможет. Или другой пример. Отсутствие качественного оборудования на производстве и низкосортное сырье позволяют выпускать только низкокачественную продукцию, с большим количеством брака, отходов и затрат в результате. Работник тратит массу времени на оправдание перед руководством, почему «никогда так не было, опять так получилось».

Почему это влияет на мотивацию? Представьте, что вы решили приготовить борщ. У вас есть все, кроме мяса. Вы выкручиваетесь как можете, и готовите овощной борщ. Подаете его на стол и слышите отзывы дегустаторов: «Борщ так себе. Можно было бы приготовить и лучше». И вы начинаете оправдываться: да у меня мяса нет. Но дегустаторов это не волнует. Борщ невкусный, а значит, тебе просто не хватило профессионализма и навыков. Вы деморализованы, и желание готовить борщ для этих дегустаторов отпадает.

Так и в работе. Если в наличии дефицит ресурсов для реализации поставленной задачи, то трудозатраты на ее реализацию будут завышены, а результат непредсказуем [7].

Во-вторых, - прозрачные бизнес-процессы. Желательно не только прозрачные, но и понятные каждому сотруднику компании. А в идеале – система обучения/донесения до персонала о наличии того или иного бизнес-процесса.

Речь идет о буквальной последовательности действий и правил, которые необходимо выполнить для реализации поставленной задачи. Простыми словами, менеджеру по продажам должно быть понятно, как заключить договор с клиентом или как выставить счет. И он не должен метаться по бухгалтерии в попытке узнать, у кого счет нужно подписать, с кем согласовать, и кто вообще его выставит. Решение каждой задачи должно иметь внятный алгоритм действий, который не меняется на ходу [8]. Так процедура согласования должна быть понятной и не должно быть ситуаций, когда работник практически выполнил ключевую задачу, а потом оказалось, он с кем-то что-то не согласовал, визу не поставил, а такую-то бумажку не приложил...

Речь не идет о махровой бюрократии или сложных процедурах, но любая последовательность действий для реализации стандартной задачи должна быть продумана и автоматизирована.

Как это влияет на мотивацию? Когда бизнес-процессы в компании отлажены и доведены до автоматизма, работнику уже нет необходимости «включать на полную» творческое мышление для решения задачи по выписке счета клиенту. Он может выполнить простейший алгоритм автоматизированных действий и потратить силы на привлечение нового клиента. Наличие автоматизированных бизнес-процессов экономит силы и время персонала на решение задач, тем самым повышая ощущение от высокой производительности собственного труда [9].

В-третьих, - бюджет. И не только бюджет, но и полномочия им распоряжаться. «Ноги» бюджета растут из тех же ресурсов. Разница только в том, что ресурсы – это когда деньги в принципе есть, но их нужно просить. А бюджет – это когда у работника номинально есть такая-то сумма, которую он может освоить сейчас, не проходя все круги ада с согласованием и обоснованием.

Связь с мотивацией? Когда у подразделения есть утвержденный бюджет на будущий период, желательно с возможностью небольших отклонений в сумме и ставке затрат, руководитель и работники имеют возможность оперативно принимать решения. При наличии бюджета мы, во-первых, экономим время на попытку выцыганить лишнюю копейку на покупку подарка клиенту на НГ, а во-вторых, даем персоналу возможность и пространство для разумного творчества.

В-четвертых, - грамотная постановка задач. Подразумевается, что работнику ставят задачу, обозначая: срок, качество и ожидаемый результат ее выполнения. И неважно, какая это задача – покупка скрепок или масштабное производство. В идеале, на каждый период должна быть пирамида задач с результатами и сроками их исполнения (план работ). Начиная от глобальных целей компании на год, и заканчивая задачами для конечных исполнителей [10]. Конечно, детализированно прописать каждую задачу на год нереально, да и схема будет громоздкой и неповоротливой. Но в любом случае у каждого подразделения должны стоять понятные цели с понятными критериями в виде сроков и исчисляемого / измеряемого результата исполнения.

Вроде все знают, что «как задача поставлена, так она и выполнена», но при этом сплошь и рядом «пойди туда, не знаю куда, сделай то, не знаю, что». Вот и получается, что 60% выполняемых задач персоналом не имеют смысла и имитируют бурную деятельность.

Связь с мотивацией. Чем лучше работник понимает, что от него хотят, тем проще ему выполнить задачу, тем самым повышая процент личной эффективности. Высокий процент личной эффективности дает чувство удовлетворения от результата работы и как следствие, является мотивирующим фактором выполнять работу дальше [11].

На наш взгляд, чтобы внедрить в компании эти четыре пункта, нет необходимости нанимать дорогого HRD. Достаточно начать вести расчет ресурсов, бюджетирование и формализовать бизнес-процессы. Конечно, необходим куратор этого процесса и обычно это операционный директор или руководитель с аналогичными функциями, у которого хватит квалификации и навыков, чтобы скоординировать все подразделения.

Касательно грамотной постановки задач, то оптимальным вариантом является установка программного продукта, который будет отслеживать исполнение как долгоиграющих целей, так и выполнение оперативных задач. И проведение краткого тренинга для руководителей.

Напрашивается вопрос, - так нужны ли вообще KPI? Нужны обязательно. Но не ограниченные рамками системы мотивации и премирования. Резюмируя аналитические рассуждения можно сформулировать следующие выводы:

Грамотно разработанные и формализованные показатели позволяют по итогу периода оценить результат деятельности всей компании. Понять, какие цели достигнуты, а какие нет. Это дает возможность оценить уровень «здоровья» компании, динамику ее развития [12]. В результате уже ставить более глобальные и долгосрочные цели. Достигать более высокие показатели и развиваться.

KPI позволяют сделать более прозрачной систему оплаты труда. Более производительным труд не будет, но появится прозрачность. Почему Петров, который работает больше и производительнее, получает больше Иванова, производительность которого ниже, чем у Петрова. Ведь компанию может вполне устраивать производительность Иванова, а Петров – просто уникум, который моложе и сильнее Иванова. В любом случае из-за разной производительности оплата труда пропорциональна результату, а значит прозрачней, объективней и честнее [13]. Также KPI хорошо внедрять на том этапе, когда в компании приходит понимание,

что уровень дохода персонала отстает от рынка и необходимо увеличить доход. Но чтобы не ограничиваться банальным подъемом окладов, которые сложно завязать на производительность, хорошо установить премиальную часть на основе KPI. Главное, чтобы она была не слишком сложной и не требовала найма дополнительного штата специалистов для обработки и расчета показателей.

Наличие KPI позволяет персоналу оценивать и влиять на результат своего труда. Если у каждого работника установлена прозрачная система KPI, то у него есть возможность самостоятельно оценить свою эффективность. Своими словами, работник понимает, что, зачем и с каким результатом он делает в компании.

На основе работающей системы KPI эффективно проводить оценку персонала. Эффективность работника можно оценить в разрезе нескольких периодов, и тем самым, сделать вывод о его регулярной или нерегулярной эффективности [14].

Система KPI является очень важным и эффективным инструментом ведения бизнеса, но зачастую применяемая не по назначению. Ожидания от внедрения KPI, зачастую, противоречат результату, который система приносит заказчику. И результат этот хоть и не бесполезный, но не тот, которого ждет заказчик. Потому зачастую заказчик остается недоволен внедрением.

Библиографический список

1. Экономика предприятия (организации): учебно-методическое пособие / Бородай В.А., Галенко Е.В., Дегтева Л.В., Димитриева Е.Н., Дугин А.Н. и др. -Нижний Новгород: издательство «Профессиональная наука», 2018. -501с.
2. Бородай В.А. Маркетизация потребительских стандартов в современном обществе // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 2. С. 153-155.
3. Дудкина О.В., Минасян Л.А., Бородай В.А. Смысловая конструкция цели в стратегических решениях // Амея науки. 2018. Т. 3. № 7 (23). С. 245-252.
4. Петренко А.С., Бородай В.А. Особенности формирования организационной культуры предприятий сферы услуг // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 3.
5. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Специфика оценки качества неосязаемых услуг в сервисной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 33.
6. Бородай В.А., Минасян Л.А. Проблемы эмерджентности системы управления в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 90-96.
7. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.
8. Бородай В.А., Минасян Л.А. Алгоритм моделирования управленческих решений в условиях неопределенности // Современные научные исследования и разработки. 2018. № 3 (20). С. 134-138.

9. Архипов П.И., Бородай В.А. Архитектура управленческой модели - выбор альтернативы // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 38-43.
10. Петренко А.С., Бородай В.А. Вектор эвритмии альтернативной бизнес-модели сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 2.
11. Бородай В.А. Нелинейность связи причины и следствия в современном бизнесе // В сборнике: Социально- экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг Сборник научных трудов. Выпуск 12. Сер. "Социально-экономические и общегуманитарные проблемы развития сферы услуг. Том 2 Социально-экономические проблемы развития сферы услуг" Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 35-39.
12. Kasyanov V.V., Minasyan L.A., Borodai V.A., Ponomarev I.E., Samygin P.S., Vorobyev G.A., Skvortsov D.V. Health management and the strategies to meet a healthy society // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. 2018. № 9 (4). С. 357-368.
13. Бородай В.А. Валидность методов управления в сервисной деятельности // В сборнике: ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 202-209.
14. Артамонов Б.В., Бородай В.А., Новак Л.В., Петренко А.С., Савицкая В.Ю., Цветкова Г.С. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития. Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018.

Мировая экономика

УДК 339/327

Грибакова Я.Ю. Новые аспекты обеспечения национальной безопасности Российской Федерации в условиях глобализации

New aspects of national security of the Russian Federation in the conditions of globalization

Грибакова Я.Ю., Научный руководитель: **Побирченко В.В.**

1. *магистрант*, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского,
г. Симферополь, Республика Крым, Россия

2. *доцент*, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского,
г. Симферополь, Республика Крым, Россия
Gribakova Y.Y., Supervisor: Pobirchenko V. V.

1. Undergraduate, V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Simferopol, Republic of Crimea, Russia

2. Associate Professor, V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Simferopol, Republic of Crimea, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены опасности и угрозы, представлены основные факторы угроз и цели обеспечения национальной безопасности. Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью поиска новой модели национальной безопасности, которая должна соответствовать тенденциям современного мира, в котором происходит глобализация.

Ключевые слова: национальная безопасность, экономическая безопасность, информационная безопасность, угрозы безопасности, глобализация.

Abstract. the article discusses the dangers and threats, presents the main threats and the goals of national security. The relevance of the chosen topic is due to the need to find a new model of national security, which should correspond to the trends of the modern world in which globalization takes place.

Keywords: national security, economic security, investment security, security threats, globalization.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

В настоящее время Россия сталкивается с уникальными по своей сущности угрозами и вызовами, которые непосредственно и целенаправленно влияют на национальную безопасность страны. Национальная безопасность – это состояние защищенности страны, на которое не оказывают негативное влияние внешние факторы, а внутренние исключают формирование угроз и проблем.

К основным угрозам обеспечения национальной безопасности Российской Федерации в условиях глобализации можно отнести:

1. Стремление межгосударственных объединений или отдельных государств снизить роль уже существующих мер по обеспечению международной безопасности, таких как ОБСЕ или ООН.
2. Усиление и укрепление военно-политических союзов и блоков, в том числе, расширение НАТО на восток.
3. Появление иностранных военных баз и крупных воинских контингентов вблизи с российскими границами, к примеру, вопрос о том, что разместят противоракетную оборону США в Польше.
4. Распространение оружия массового уничтожения и методов его доставки.
5. Появление конфликтов рядом с границей Российской Федерации и на внешних границах стран-членов СНГ.
6. Смягчение интеграционных процессов в СНГ.
7. Притязания на территорию РФ и др.

Серьезную опасность национальной безопасности РФ представляет терроризм. Терроризм развязал открытую кампанию для дестабилизации ситуации в России.

Серьезной угрозой является стремление некоторых стран к доминированию и вытеснению России с мирового информационного пространства, а также с внутреннего и внешнего информационного рынка. В связи с чем возникает угроза обеспечения информационной безопасности страны [6].

В Российской Федерации сформировалось большое количество угроз её инвестиционной безопасности. За последние десятилетия эти угрозы в основном формировались за счёт внешних факторов, которые оказывали наибольшее влияние на всю экономическую систему в целом и лишали её экономической стабильности. В инвестиционной деятельности угрозы могут быть самыми разнообразными. Их можно разделить на 2 группы: внешние (сформировались под влиянием санкционных ограничений, кризисных явлений, внешнеполитических конфликтов) и внутренние (сформировались в связи с особенностями социально-экономической системы, её ресурсным дефицитом) [7].

Переход стратегической доктрины НАТО к военным действиям без санкций Совета Безопасности ООН и вне зоны ответственности блока несет угрозу дестабилизации в мире всей стратегической обстановки.

Постоянно увеличивающийся отрыв в сфере технологий некоторых ведущих стран и усиление их возможностей по созданию и внедрению военной техники нового поколения, вооружений, создают предпосылки к новому качественному этапу гонки вооружений, изменений с самого нуля способов и методов по ведению военных действий.

Идет активизация деятельности на территории РФ специальных иностранных служб и организаций используемых ими.

Руководство РФ уделяет огромное внимание устранению данных угроз, в том числе, на должном уровне поддерживает боеготовность армии и специальных служб. В связи с этим, важнейшим условием укрепления международной и национальной безопасности в условиях глобализации является использование на максимальном уровне всех возможностей международного сотрудничества.

Отношения России с Америкой и Европой существенно пострадали после последствий кризиса на Украине. Российское руководство считает, что в развитии и раздувании конфликта на каждой стадии играл решающую роль Вашингтон, при этом всю ответственность в одностороннем порядке возлагал на Москву. Несмотря на все, Москва провозглашает свою приверженность к последующему развитию отношений с Америкой на основе взаимного уважения и равноправия. Тем не менее, у России и США совершенно разные позиции в мировом хозяйстве, они сохраняют и некоторые похожие цели по обеспечению национальной безопасности, такие как:

- защита и борьба с терроризмом на международном уровне;
- противостояние с распространением оружия массового уничтожения.

Летом в 2008 году президент РФ и сенатор Барак Обама, в то время, кандидат от демократической партии на пост президента США, выступали в Берлине с программными речами по внешней политике. Вместе они признали несовершенство систем международных отношений и определили необходимость для создания мирового нового порядка, который ставил бы общие угрозы безопасности в центр внимания и имел преимущество перед узкими национальными интересами государств. Президент Д. Медведев (2008) и сенатор Обама пообещали укрепить связь между США и Россией, а также построить на более широкой основе союзы.

Но события в 2008 на Кавказе очень негативно повлияли на отношения между Россией и Западом. А конфликт в Грузии обнаружил отсутствие понимания целей и стратегического видения на Западе и усугубил внутренние глубокие противоречия в НАТО.

Достаточно серьезное ухудшение отношений между Россией и Западом появилось в 2004 году, когда США и ее союзники отказали населению Крыма в самоопределении, считая его реальной угрозой для существования, и поддерживая государственный переворот на Украине. После соответствующих шагов России в ответ, Америка развернула против России информационную и санкционную войну.

Возможно, в скором будущем Америка останется единственной военной сверхдержавой в мире, но после скандалов вокруг базы Гуантанамо и тюрьмой Абу-Грейб, катастрофы с Ираком, Америка и ее союзники потеряли доверие и моральное право быть лидером в мире. Поддержка Михаила Саакашвили, его режима и безрассудной агрессии еще раз показали двойные стандарты и неуважение к демократии и справедливости Североатлантического альянса.

«Атлантическая однополярность» уже не направляет и не формирует геэкономику и геополитику на глобальном уровне. Идея о однополярном мировом порядке, которая была провозглашена в новом проекте американского нового века, была провалена.

Углубление экономического спада, определяет политическую жизнь государств и международные отношения, совершает достижения общей договоренности по евразийской безопасности наиболее актуальной и важной задачей, чем они были после холодной войны (до 1991 г.). Основные ведущие страны в Евразии объединяет интерес к сотрудничеству в сферах от энергетики, экологии и экономики до борьбы с

терроризмом, международной преступностью и сепаратизмом. В таких условиях достаточно большое значение занимает развитие дальнейшего успешного сотрудничества между торгово-экономическими центрами - Пекином и Москвой, как по широкому кругу проблем на международном уровне.

Таким образом, в России проблема обеспечения национальной безопасности достаточно острая. На сегодняшний день преобладают деструктивные факторы, имеется огромное количество внешних и внутренних угроз. Следовательно, требуют дальнейшего развития исследования детерминант национальной безопасности России для разработки и реализации адекватных мер по повышению ее уровня.

Библиографический список

1. Бюрюков М.М. Европейская интеграция. - М., 2008.
2. Внешняя политика России: 2000-2020: Научное издание в 3 томах / Рос. совет по межд. делам. Под общ. ред. И.С. Иванова. - М.: Аспект Пресс, 2012.
3. Возженников А.В. Национальная безопасность: теория, политика, стратегия. - М., 2012.
4. Делягин М.Г. Мировой кризис: Общая теория глобализации. М.: ИНФРА-М, 2009.
5. Иванов, И.С. Внешняя политика в эпоху глобализации. - М.: «ОЛМА Медиа Групп», 2011.
6. Побирченко В.В. Информационная безопасность в контексте национальной безопасности / Проблемы информационной безопасности: Труды IV Международной научно-практической конференции, Симферополь – Гурзуф, 15-17 февраля 2018 г. – Симферополь: ИП Зуева, 2018. – С. 68-69.
7. Шутаева Е.А., Побирченко В.В. Угрозы инвестиционной безопасности в контексте обеспечения экономической безопасности Российской Федерации // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2018. – Том 14. - №8 (365). – С. 1498-1513.

Региональная экономика

УДК 338.4: 663.25

Черемисинова Д.В., Плинер А.А., Рябченко Д.С. Анализ основных тенденций и пути повышения показателей рентабельности винодельческих предприятий Республики Крым, г. Севастополь и Краснодарского края

Analysis of basic tendencies and ways to improve the profitability ratios of winery enterprises of the Republic of Crimea, Sevastopol and Krasnodar krai

Черемисинова Д.В.

Плинер А.А.

Рябченко Д.С.

1. старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
2. студент 3-го курса кафедры «Финансы и кредит» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
3. студент 3-го курса кафедры «Финансы и кредит» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Cheremisinova Diana V.

Pliner Albina A.

Ryabchenko Dmitry S.

1. senior lecturer, Department of Finance and credit, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia
2. student of the 3d year of a bachelor's degree, Department of Finance and credit Sevastopol State University, Sevastopol, Russia
3. student of the 3d year of a bachelor's degree, Department of Finance and credit Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

Аннотация. В статье показано, что современное виноделие в России является социально значимой, экономически самостоятельной, высокодоходной отраслью агропромышленного комплекса, имеющей важное народнохозяйственное значение. Аргументировано, что для винодельческих хозяйств необходимо оценивать совокупность показателей рентабельности. Проведен анализ 20 винодельческих предприятий Республики Крым, г. Севастополя и Краснодарского Края. Установлено, что только 6 из 20 выбранных предприятий имеют тенденцию к росту показателей рентабельности. Определены основные причины совокупного снижения показателей рентабельности предприятий. Обоснованы пути повышения эффективности деятельности винодельческой отрасли.

Ключевые слова: рентабельность, рентабельность продаж, винодельческие предприятия, чистая прибыль, рентабельность собственного капитала

Abstract. *The article shows that modern winery in Russia is a socially significant, economically independent, highly profitable branch of the agro-industrial complex, which has national economic importance. It is necessary to evaluate the totality of profitability ratios for wineries is argued. An analysis of 20 winery enterprises of the Republic of Crimea, Sevastopol and the Krasnodar Krai was made. Only 6 out of 20 selected enterprises have a tendency to increase profitability indicators is established. The main reasons for the cumulative decline in profitability of enterprises were determined. The ways to improve the efficiency of the winery industry are substantiated.*

Keywords: *profitability, return on sales, wineries, net income, return on equity*

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Введение

Промышленное виноградарство и виноделие является системообразующей отраслью как для Республики Крым, так и для Краснодарского Края, так как налоговые отчисления данных предприятий участвуют в формировании бюджетов различных уровней, обеспечивают спрос на трудовые ресурсы в регионе. Традиционно во всем мире виноградарство и виноделие рассматривается как отрасль, обладающая высоким потенциалом развития. Наличие в Крыму уникального терруара как совокупности определенных природно-климатических факторов исторически способствует размещению здесь виноделия. Можно говорить о том, что Республика Крым и Краснодарский Край являются основными виноградарско-винодельческими регионами Российской Федерации, что подтверждается данными статистики по производству винограда в промышленном секторе в 2017 году. Так, Краснодарский Край находится на 1 месте среди регионов РФ по объему произведенного винограда с долей 53,4%, а Республика Крым занимает 3 место среди регионов РФ с 11,8% произведенного винограда [2].

Необходимо также отметить, что в 2018 году российский рынок вина находится на четвертом месте в мире по объемам потребления [3]. При этом на рынке большая часть винодельческой продукции производится из зарубежного сырья, а доля импортируемого вина в общей структуре алкогольной продукции составила 40,6% в 2017 году. Стоимость импорта винодельческой продукции достигла 999 млн. долл. или 465 млн. л. [4]. На фоне роста импортируемой продукции 2017 год стал наихудшим за последнее десятилетие для российских винопроизводителей, было произведено всего 319 млн. л. и это стало рекордным минимумом с 2007 года [5]. Представленные данные свидетельствуют о том, что у отечественных производителей винодельческой продукции есть возможности для роста и потенциал отрасли совершенно не исчерпан.

Экономическое благосостояние предприятий винодельческой отрасли крайне важно для всего агропромышленного комплекса и государства в целом. Для оценки эффективности деятельности, а также уровня экономического благосостояния предприятий виноградарско-винодельческой отрасли традиционно используется аналитическое исследование показателей рентабельности, поскольку таким образом происходит сопоставление показателей результата и затрат, понесенных для его получения. Данная тема для

отечественных винодельческих предприятий и особенно крымских и севастопольских остается недостаточно изученной и небольшое количество исследований на данную тему также подчеркивает актуальность данного исследования.

Анализ последних исследований и публикаций

Анализ отрасли виноделия, и эффективности деятельности предприятий отрасли нашел свое отражение в работах многих ученых, таких как: Говди В.В., Усенко Л.Н., Матюниной М.В., Латынцева М.Б. и других.

Но именно анализ прибыльности, показателей рентабельности предприятий Краснодарского Края, и тем более Республики Крым остается малоизученной темой. Так в работе [1] Муравьева Н.Ю. и Саракуца В.А. разрабатывают систему показателей оценки рентабельности предприятий винодельческой отрасли для Республики Молдова. По мнению данных исследователей, ключевым показателем анализа рентабельности винодельческих предприятий необходимо признать рентабельность собственного капитала, и, соответственно, к ключевым показателям эффективности следует отнести факторы, оказывающие наибольшее влияние на рентабельность собственного капитала. Однако, по нашему мнению, необходимо также учесть значительную роль оборотного капитала, поскольку в структуре активов винодельческих хозяйств он занимает максимальную долю, и от скорости оборота его элементов зависит возврат иммобилизованных средств, что, в конечном итоге, определяет эффективность использования ресурсов предприятия и сокращение потребности в денежных средствах. Поэтому анализ показателей рентабельности целесообразно также дополнить показателями рентабельности оборотного капитала.

Значительная капиталоемкость виноделия также приводит к долгосрочной иммобилизации финансовых ресурсов, необходимых для раскорчёвки старых насаждений, импорта саженцев или создания питомника автохтонных сортов, закладки молодых виноградников, создания системы орошения, проведения мелиоративных работ. Поэтому включение в систему показателей, характеризующих эффективность деятельности винодельческих хозяйств, фондорентабельности представляется необходимым.

Не вызывает сомнения тот факт, что отрасли с продолжительным операционным циклом, к которым относится и виноделие, должны иметь достаточную норму доходности на вложенный капитал или понесенные затраты, чтобы покрыть возникающие потребности в период его иммобилизации. При этом важным показателем выступает рентабельность продаж, поскольку именно данный показатель отражает уровень генерируемой прибыли в выручке от реализации. Таким образом, система показателей рентабельности позволяет оценить окончательные результаты хозяйствования организации в современных условиях, проводить пространственные и временные сопоставления для оценки конкурентоспособности отечественной винодельческой продукции и деятельности винодельческих хозяйств в региональном и страновом разрезе, оценивать эффективность реализации региональных и федеральных стратегий развития виноградарства и виноделия.

Методология

В процессе работы над поставленной темой использовались различные методы научного исследования. При исследовании теоретических вопросов следует отметить абстрактно-логический метод, метод анализа и синтеза. При расчете показателей рентабельности и исследовании практических сторон работы использовались экономико-статистические методы и расчетно-аналитический метод.

Результаты

На современном этапе оценка показателей рентабельности предприятий и выявления факторов, оказывающих наибольшее влияние на ее величину позволяет выявить неиспользуемые резервы, повысить эффективность деятельности предприятия и тем самым способствовать дальнейшему наращению получаемой прибыли. Рентабельность является важной характеристикой финансово-экономической деятельности предприятия, т.к. в случае убыточности предприятия у собственников пропадает интерес и стимул к его дальнейшему развитию.

Для анализа рентабельности винодельческих предприятий целесообразно рассмотреть следующие показатели:

1) Рентабельность продаж по чистой прибыли (ROS), которая демонстрирует, какой размер прибыли получает предприятие с каждого вырученного рубля, и рассчитывается как отношение чистой прибыли к выручке;

2) Рентабельность активов (ROA) показывает отдачу от использования всех активов предприятия, демонстрирует, сколько копеек приносит каждый вложенный рубль в активы. Находится делением чистой прибыли на среднегодовую величину активов компании;

3) Рентабельность собственного капитала (ROE) показывает, насколько эффективно был использован вложенный в дело капитал. Рассчитывается путем деления чистой прибыли за период на среднегодовую величину чистого капитала организации;

4) Рентабельность основных средств (R_{oc}) показывает насколько эффективно используются основные фонды предприятия, и рассчитывается путем деления чистой прибыли на среднегодовую величину основных средств;

5) Рентабельность оборотных активов (R_{oa}) показывает насколько эффективно используются оборотные средства предприятия, и показывает, сколько прибыли дает 1 рубль, вложенный в оборотные активы. Находится путем деления чистой прибыли на среднегодовую величину оборотных активов компании.

Для оценки рентабельности были выбраны 20 предприятий винодельческой отрасли, из которых 10 территориально находятся в Республике Крым и г. Севастополь, а 10 - в Краснодарском Крае. В табл. 1 предложены к рассмотрению рассчитанные показатели рентабельности по 10-ти предприятиям винодельческой отрасли Республики Крым и г. Севастополя, структурированные в соответствии с критерием величины активов компании (по убыванию).

Таблица 1

Показатели рентабельности 10-ти предприятий винодельческой отрасли Республики Крым*

Показатели	Оценка влияния	Предприятие									
		ООО "ИЗМВ"	ФГУП "ПАО "Массандра"	"АЗБ"	ООО "Винный дом Фотисаль"	АО "Солнечная долина"	ООО "ЕЗКВ"	ООО "Вина Ливадии"	ГУП "СВЗ"	ООО ВК "Сатера"	ООО "Наш Крым"
ROS	2016 г.	27,81	20,39	4,48	1,53	107,02	10,13	13,10	5,58	7,16	395,12
	2017 г.	23,64	14,99	0,23	2,62	23,59	-0,08	-1,86	1,85	1,93	90,56
	отклонение	-4,17	-5,40	-4,24	1,09	-83,43	-10,21	-14,96	-3,73	-5,23	-304,56
ROA	2016 г.	24,76	10,87	3,59	2,06	35,07	13,65	25,49	5,24	5,06	28,08
	2017 г.	12,32	5,82	0,12	2,38	7,27	-0,07	-1,80	1,59	0,46	29,78
	отклонение	-12,44	-5,05	-3,47	0,32	-27,80	-13,72	-27,29	-3,65	-4,59	1,70
ROE	2016 г.	175,89	23,00	8,16	15,73	-27,32	80,16	-120,36	13,75	12,79	63,11
	2017 г.	40,73	7,68	0,35	22,52	-7,25	-0,38	20,95	3,99	0,95	81,38
	отклонение	-135,2	-15,32	-7,81	6,79	20,07	-80,55	141,31	-9,76	-11,84	18,27
Roc	2016 г.	190,17	54,32	15,61	9,37	70,13	165,4	625,12	16,47	94,09	40,56
	2017 г.	120,40	30,19	0,47	16,01	212,73	-1,06	-44,22	5,55	7,70	50,23
	отклонение	-69,78	-24,13	-15,14	6,63	142,60	-166,5	-669,34	-10,92	-86,39	9,66
ROA	2016 г.	29,20	13,66	5,79	2,65	151,63	14,88	26,58	14,56	5,36	91,25
	2017 г.	13,78	7,28	0,22	2,80	17,22	-0,08	-1,88	3,97	0,49	73,15
	отклонение	-15,41	-6,38	-5,57	0,15	-134,41	-14,96	-28,46	-10,60	-4,86	-18,11

* Рассчитано авторами на основании данных бухгалтерской отчетности указанных предприятий

Анализ динамики показателей рентабельности предприятий, представленных в табл. 1, показал, что у 8 из 10 крымских и севастопольских предприятий в 2017 году произошло снижение прибыльности. Максимальные значения показателей рентабельности как в 2017 г., так и в 2016 г. наблюдаются у ООО «Инкерманский завод марочных вин», хотя их динамика негативная, что свидетельствует о снижении эффективности использования как активов предприятия в целом, так и их основных элементов, а также собственного капитала. Так, наибольшее сокращение продемонстрировала рентабельность собственного капитала (ROE), темп падения которой достиг 135,16%. Это обусловлено как уменьшением чистой прибыли в 1,83 раза (на 357 435 тыс. руб. в абсолютном выражении), так и ростом собственного капитала в 1,51 раз (на 426 230 тыс. руб.). Такое падение чистой прибыли, в первую очередь, объясняется уменьшением выручки в 2017 году на 1 013 729 тыс. руб., которая, в свою очередь, сокращается быстрее, чем себестоимость продаж. Кроме того, прочие доходы также снижаются более высокими темпами, чем прочие расходы, что привело к

сокращению чистой прибыли завода в 2017 г. Значительная величина фондорентабельности обусловлена сравнительно невысокой среднегодовой стоимостью основных средств по сравнению с величиной прибыли организации, а также уменьшением среднегодовой величины основных фондов на 57 398 тыс. руб. или 14% в 2017 г. по сравнению с 2016 г.

Динамика показателей рентабельности ФГУП «ПАО «Массандра» также носит отрицательный характер, причем сокращение каждого из представленных показателей происходит почти в два раза. Главным фактором такого негативного изменения является падение объема чистой прибыли, что, в свою очередь, обусловлено сокращением выручки на 21,87% (146 104 тыс. руб.). Необходимо отметить тот факт, что выручка уменьшается быстрее, чем себестоимость реализации при значительном росте операционных расходов, темп прироста которых достиг 12% в 2017 году. Незначительное отрицательное влияние на сокращение показателей рентабельности также оказал рост величины как внеоборотных, так и оборотных активов предприятия в 2017 г. по сравнению с 2016 г. Это свидетельствует о снижении доходности вложений завода в активы при вовлечении все большего количества ресурсов в оборот.

Сокращение показателей рентабельности ООО «Агробьединение «Золотая Балка» в 2017 г. связано с уменьшением чистой прибыли на 31 932 тыс. руб. (83%) за исследуемый период и приростом в абсолютном выражении активов и капитала предприятия. Значительное падение чистой прибыли за исследуемый период связано с ростом операционных расходов общества на 112 510 тыс. руб. или на 40%. В результате максимальную негативную динамику продемонстрировала рентабельность основных средств, сократившись на 15,14% до 0,47%.

Анализ показателей рентабельности ООО «Винный дом Фотисаль» выявил положительную тенденцию к росту. Так, все анализируемые показатели увеличиваются, при этом наибольший прирост продемонстрировала рентабельность собственного капитала (ROE): данный показатель вырос на 6,79% и составил 22,52% в 2017 году. В целом, такое изменение связано с увеличением чистой прибыли на 14 506 тыс. руб. (в 1,74 раз). Причинами такого подъема стало значительное уменьшение как операционных расходов на 9 954 тыс. руб. или 16,5%, так и сокращение прочих расходов - на 54 302 тыс. руб. в абсолютном выражении (в 2,29 раз).

Среди всех исследуемых предприятий показатели рентабельности АО «Солнечная долина» демонстрирует наибольшее падение. В первую очередь это связано со значительным сокращением чистой прибыли на 269 263 тыс. руб. (в 4,5 раза). Негативная динамика чистой прибыли обусловлена опережающими темпами роста себестоимости над выручкой, что свидетельствует о росте затрат предприятия, а также значительным сокращением прочих доходов в сравнении с прочими расходами на 351 963 тыс. руб. Компания также имеет большую величину непокрытого убытка, что негативно сказывается на ее деятельности.

Показатели рентабельности ООО «Евпаторийский завод классических вин» имеют отрицательные значения, поэтому целесообразнее говорить о показателях убыточности. Причиной данной ситуации стал

полученный чистый убыток предприятия в 2017 году, это связано с опережающими темпами роста всех статей расходов над доходами предприятия.

Рентабельность организации ООО «Вина Ливадии» за исследуемый период также имеет негативный тренд. Большинство показателей уменьшается, за исключением рентабельности собственного капитала. Это происходит из-за падения чистой прибыли на 180 586 тыс. руб. (в 15,27 раз) и получением предприятием в 2017 году чистого убытка в размере -11 097 тыс. руб., причиной получения которого стал рост прочих расходов и сокращение прочих доходов. В результате такая динамика привела к уменьшению прибыли на 181 800 тыс. руб. Отрицательная величина собственного капитала вызвана значительным непокрытым убытком в размере 112 359 тыс. руб. Как следствие, невозможно говорить о рентабельности в 2017 году, на предприятии наблюдается не рентабельность, а убыточность, все показатели имеют отрицательное значение.

Показатели рентабельности ГУП «Севастопольский винодельческий завод» демонстрируют негативную динамику за исследуемый период. Это объясняется сокращением чистой прибыли при сокращении выручки более медленными темпами, что свидетельствует о росте расходов предприятия при росте цен, которые, однако, не смогли компенсировать значительное увеличение расходов периода. В результате снижение выручки составило 27 732 тыс. руб. (или 5%), при этом чистая прибыль сократилась на 19 228 тыс. руб. в абсолютном выражении, или в 3,2 раза. Это свидетельствует о снижении доходности вложений завода в активы при вовлечении все большего количества ресурсов в оборот.

Показатели рентабельности ООО «ВК Сатера» за исследуемый период значительно уменьшились, что связано с уменьшением чистой прибыли на 29 135 тыс. руб. или в 12,62 раза, при падении выручки в абсолютном выражении на 312 040 тыс. руб. или в 3,4 раза. Максимально сократилась фондорентабельность (на 86,39 п.п.) и рентабельность собственного капитала (на 11,84 п.п.) предприятия.

Улучшение экономической ситуации ООО «Наш Крым» обеспечило рост эффективности деятельности, что подтверждается расчётами показателей рентабельности. В динамике чистая прибыль увеличивается на 69 078 тыс. руб. (в 2,86 раз), а выручка на 107 884 тыс. руб. (в 12,48 раз). Серьезный спад рентабельности продаж связан с опережающим ростом выручки по сравнению с чистой прибылью, разница составляет 38 806 тыс. руб., т.е. вызван прежде всего ростом цен на продукцию завода, а не сокращением затрат. Большинство из рассмотренных показателей рентабельности в 2017 году показывают положительную динамику, обусловленную ростом чистой прибыли. Такой прирост чистой прибыли, в основном, связан с увеличением прочих доходов на 68 937 тыс. руб. (в 2,47 раз).

Таким образом, только на двух из десяти рассмотренных винодельческих предприятий Республики Крым и г. Севастополя наблюдается рост показателей рентабельности. Положительная динамика обусловлена увеличением чистой прибыли за исследуемый период, в то время как прибыль большинства крымских и севастопольских винодельческих предприятий снизилась в 2017 г. по сравнению с 2016 г., а три предприятия получили отрицательный финансовый результат. Установлено, что именно изменение чистой прибыли оказывает наибольшее влияние на рентабельность. При этом рост выручки опережающими темпами по

сравнению с прибылью свидетельствует о росте цен на продукцию данных предприятий как основном факторе, повлиявшем на увеличение объемов реализации в стоимостном выражении.

Таблица 2

Показатели рентабельности 10-ти предприятий винодельческой отрасли Краснодарского Края*

Показатели	Оценка влияния	Предприятие									
		ЗАО "Абрау-Дюрсо"	ООО "Долина"	ООО "Союз - Вино"	ООО "ТВК - Кубань"	ЗАО "Кубанская лоза"	ООО "Фанагория - Агро"	ООО "Олимп"	ООО "Лефкадия"	ООО "ККИВ "Небуг"	ООО "Бахус"
ROS	2016 г.	18,37	4,59	5,16	2,80	26,29	35,38	35,38	-43,85	-39,04	0,71
	2017 г.	14,27	4,59	4,64	4,98	9,55	38,14	38,14	-9,85	4,80	1,60
	отклонение	-4,09	0,01	-0,52	2,19	-16,74	2,76	2,76	34,00	43,83	0,89
ROA	2016 г.	10,15	2,40	7,31	2,50	4,89	17,70	17,70	-8,10	-7,29	1,28
	2017 г.	7,92	2,09	5,16	3,22	1,04	13,08	13,08	-3,32	0,57	1,33
	отклонение	-2,24	-0,31	-2,15	0,73	-3,85	-4,62	-4,62	4,79	7,85	0,05
ROE	2016 г.	24,84	12,53	35,46	19,21	10,71	20,96	20,96	450,40	-43,38	4,90
	2017 г.	16,96	7,80	27,21	23,17	2,31	15,07	15,07	-52,49	4,36	4,95
	отклонение	-7,88	-4,73	-8,24	3,96	-8,41	-5,89	-5,89	-502,89	47,74	0,04
Roc	2016 г.	51,40	7,92	34,75	7,95	25,95	49,56	49,56	-33,39	-26,06	4,84
	2017 г.	37,08	7,34	31,31	10,74	6,45	40,05	40,05	-19,43	2,75	5,09
	отклонение	-14,31	-0,58	-3,44	2,79	-19,50	-9,51	-9,51	13,96	28,82	0,25
ROA	2016 г.	14,53	3,44	9,27	3,79	7,20	30,90	30,90	-10,70	-10,12	1,75
	2017 г.	12,01	2,93	6,20	4,74	1,80	21,36	21,36	-4,00	0,71	1,81
	отклонение	-2,52	-0,52	-3,07	0,95	-5,40	-9,53	-9,53	6,70	10,83	0,06

* Рассчитано авторами на основании данных бухгалтерской отчетности указанных предприятий

Данные табл. 2 свидетельствуют, что за исследуемый период все показатели рентабельности ЗАО «Абрау-Дюрсо» снизились. Это обусловлено снижением чистой прибыли на 170 816 тыс. руб. Рост выручки от реализации опережающими темпами по сравнению с себестоимостью продаж в 2017 году означает рост цен на продукцию предприятия. Также наблюдается заметный рост управленческих расходов на 38 890 тыс. руб. (или в 1,14 раза) за период, и рост прочих расходов на 255 646 тыс. руб. (в 1,59 раз) на фоне сокращения прочих доходов. Рост расходов опережает рост доходов, вследствие чего все показатели рентабельности падают.

Показатели рентабельности предприятия ООО «Долина» в 2017 г. снизились незначительно. Причиной падения рентабельности собственного капитала является опережающий рост среднегодовой величины

собственного капитала в 1,09 раз в 2017 г. над ростом чистой прибыли. Наряду с увеличением чистой прибыли в 2017 г. также наблюдается рост выручки на 59 658 тыс. руб. (в 1,08 раз), себестоимости продаж на 46 677 тыс. руб. (в 1,07 раз) и коммерческих расходов в 1,63 раза.

Показатели рентабельности ООО «Союз-Вино» имеют тенденцию к уменьшению в исследуемом периоде. Причиной максимального снижения рентабельности собственного капитала на 8,24 п.п. по сравнению с прочими рассчитанными коэффициентами прибыльности является опережающее увеличение собственного капитала (в 1,23 раза) при сокращении уровня чистой прибыли (в 0,98 раз), обусловленное ростом прочих расходов опережающими темпами (в 1,84 раза) по сравнению с прочими доходами, несмотря на прирост выручки.

За исследуемый период наблюдается рост показателей рентабельности ООО «ТВК-Кубань», что связано с ростом чистой прибыли на 20 175 тыс. руб. (в 1,5 раза) в 2017 г., который, однако, обусловлен как сокращением расходов, так и доходов организации, что свидетельствует о снижении объемов реализации, а, следовательно, не может оцениваться однозначно положительно. При этом коммерческие расходы снизились на 18 707 тыс. руб. (в 1,21 раз), а рост прочих доходов опережает рост прочих расходов, что положительно повлияло на финансовые результаты предприятия.

Сокращение чистой прибыли на ЗАО «Кубанская лоза» в 2017 г. на 50 267 тыс. руб. по сравнению с предшествующим периодом привело к снижению рассмотренных показателей рентабельности, среди которых фондорентабельность и рентабельность продаж продемонстрировали наибольшее падение: на 16,74 п.п. и 19,5 п.п. соответственно. Сокращение чистой прибыли обусловлено как снижением доходов, так и расходов компании опережающими темпами.

Практически все показатели рентабельности ООО «Фанагория-Агро» имеют тенденцию к снижению. За исследуемый период увеличилась только рентабельность продаж на 2,76 п.п., что обусловлено сокращением выручки на 123 249 тыс. руб. (в 0,9 раз) и уменьшением уровня чистой прибыли на 30 260 тыс. руб. более медленными темпами, что также является подтверждением снижения эффективности деятельности организации.

Динамика показатели рентабельности «ООО Олимп» имеет ту же тенденцию, что и у ООО «Фанагория-Агро»: сокращение всех показателей рентабельности при росте рентабельности продаж на 2,76 п.п. Очевидно, что такая динамика также обусловлена снижением выручки от продаж при падении чистой прибыли более низкими темпами, свидетельствуя о недостаточной эффективности компании в 2017 г.

Несмотря на рост показателей рентабельности ООО «Лефкадия» в динамике, его недостаточно для преодоления отрицательных значений. В 2017 г. чистый убыток сократился на 23 265 тыс. руб. Рост выручки опережает рост себестоимости продаж, что положительно повлияло на финансовый результат.

Показатели рентабельности ООО «ККИВ «Небуг» продемонстрировали наибольший рост среди рассмотренных винодельческих предприятий. Это позволило перейти от показателей убыточности к показателям рентабельности в 2017 году. Основное положительное влияние на это оказало получение чистой

прибыли в 2017 году в размере 2 529 тыс. руб., тогда как в 2016 году чистый убыток составил 31 448 тыс. руб. Такое изменение связано с опережающими темпами роста выручки над себестоимостью продаж, а также значительным ростом (в 7,66 раза) прочих доходов.

Динамика показателей рентабельности ООО «Бахус» носит стабильный положительный характер, обусловленный незначительным приростом чистой прибыли на 80 тыс. руб. или 5,9%. Существенных изменений в структуре активов предприятия не наблюдается. Значения показателей рентабельности данного хозяйства невысокие. Наряду с низкой рентабельностью продаж может свидетельствовать о негативных тенденциях иммобилизации финансовых ресурсов и, как следствие, снижении эффективности деятельности.

Выводы

Таким образом, анализ динамики показателей рентабельности винодельческих предприятий Республики Крым, г. Севастополя и Краснодарского Края позволил установить, что только 6 из 20 выбранных предприятий имеют тенденцию к росту показателей рентабельности. При этом зачастую это связано не со значительным ростом выручки от реализации и, как следствие, ростом прибыли, а, напротив, со снижением объемов продаж и сокращением расходов, что свидетельствует о снижении эффективности деятельности данных предприятий. Кроме того, некоторые предприятия получают отрицательный финансовый результат, незначительное сокращение которого в 2017 г. не может «переломить» негативной тенденции низкой эффективности и помочь компании преодолеть «зону убыточности».

В целом, полученные результаты свидетельствуют о снижении эффективности деятельности винодельческих предприятий ЮФО. Причинами таких негативных изменений является снижение объемов продаж вина российскими производителями на 18 644,6 тыс. декалитров или на 20% с 96 869,5 тыс. декалитров в 2016 году до 78 224,8 тыс. декалитров в 2017 году [6]. Кроме того, в 2017 году наблюдается рост импорта натуральных виноградных вин на 5700 декалитров с 40 800 тыс. декалитров в 2016 году до 46 500 тыс. декалитров [4]. Это происходит на фоне роста цен на российское вино, произведенное из импортируемых виноматериалов зачастую не самого высокого качества. Это может свидетельствовать о переключении потребительского спроса на импортные напитки.

Также необходимо отметить наметившуюся тенденцию к росту продаж бюджетных вариантов вин наряду с сокращением реализации вин премиум-категории. Такой тренд может способствовать выводу российской винодельческой продукции на внутренний рынок, а также рынок Китая, поскольку отечественное вино сопоставимого с импортным качества, произведенное из местных виноматериалов, дешевле. Наличие особых природно-климатических условий крымского и севастопольского терруаров позволит производить марочные сухие вина высокого качества, способные конкурировать с лучшими зарубежными винами данного сегмента. Это также будет способствовать реализации стратегии импортозамещения, поскольку почти 100% вин премиум-сегмента на сегодняшний день ввозятся из-за рубежа.

Таким образом, причиной снижения прибыльности российских винодельческих компаний является высокая конкуренция с импортом и недоверие покупателей к отечественной продукции. Потребитель

демонстрирует высокую инертность, зачастую связывая негативные ассоциации потребления некоторых вин невысокого качества со всей продукцией региона и предпочитая недорогую импортную продукцию и полусладкие и фруктовые вина, более дешевые в производстве. Значительное предложение недорогих виноматериалов со стороны зарубежных производителей также не способствует наращиванию продаж вина, производимого из местного винограда. Проблема ввоза зарубежного виноматериала является острой и для поддержания конкурентоспособности отечественного производителя необходимо вмешательство государства, которое обеспечит благоприятные экономические условия для работы российских производителей винодельческой продукции. С этой целью была разработана концепция развития виноградарства и виноделия в РФ [7].

Сбыт винодельческой продукции российских производителей сокращается из-за их невысокой конкурентоспособности по сравнению с импортной продукцией. Спрос на вино, производимое в России, нестабилен, и многие розничные сети сокращают его закупку, предпочитая чилийские, итальянские, аргентинские и французские вина для обеспечения высокого товарооборота. Следствием данных негативных тенденций стало снижение в 2017 году выручки виноградарско-винодельческих компаний при незначительном сокращении или даже росте расходов, что привело к значительному падению величины чистой прибыли и, соответственно, показателей рентабельности.

Помимо указанных выше негативных факторов для Республики Крым и г. Севастополя по-прежнему острой остается проблема неурегулированности многих земельных отношений винодельческих хозяйств, поскольку у некоторых предприятий региона существует проблема собственности на земли виноградников, а также проблема выкупа арендованного оборудования, поскольку в соответствии с российским законодательством, винодельческие предприятия могут работать только в случае наличия оборудования в собственности предприятия.

Необходимо создать максимально тесное сотрудничество государственных властей и производителей винодельческой продукции, поскольку только при тесной и продуктивной работе возможно достижение поставленных целей и укрепление позиций российских производителей.

Библиографический список

1. Муравьева Н.Ю., Саракуца В.А. Система показателей оценки рентабельности организаций винодельческой отрасли / Н.Ю. Муравьева, В.А. Саракуца // Вектор экономики. – 2018. – С. 4-8
2. Рынок винограда: динамика объемов производства, импорта, цен [Электронный ресурс]: Саморегулируемая организация ассоциация виноградарей и винделов Крыма «Крымское бюро винограда и вина». URL: <http://kbvw.ru/otrasl-v-tsifraxh/item/1080-rynok-vinograda-dinamika-ob-emov-proizvodstva-importa-tsen> (дата обращения 21.12.18)
3. Искусство крымского виноделия [Электронный ресурс]: Отраслевой специализированный каталог URL: <http://wine-russia.ru/files/book/files/assets/basic-html/index.html#1> (дата обращения 20.12.18)

4. Товарооборот России: вина виноградные натуральные [Электронный ресурс]: Экспорт и импорт России по товарам и странам. URL: <http://ru-stat.com/date-Y2017-2017/RU/trade/world/042204> (дата обращения 21.12.18)

5. Производство вина в России приблизилось к новому историческому минимуму [Электронный ресурс]: РосБизнесКонсалтинг URL: <https://www.rbc.ru/business/20/12/2018/5c1b47019a7947dd3de92a66> (дата обращения 21.12.18)

6. Рынок алкогольной продукции в России: итоги 2017 года [Электронный ресурс]: Рынок алкогольной продукции в России. URL: <https://koloro.ru/blog/issledovaniya/rynok-alkogolnoy-produktsii-v-rossii-itogi-2017.html> (дата обращения 21.12.18)

7. Концепция развития виноградарства и виноделия в РФ на период 2016-2020 годов и плановый период до 2025 года [Электронный ресурс]: Министерство сельского хозяйства Российской Федерации <http://kbwv.ru/images/docs/konceptsiya17062016.pdf> (дата обращения 20.12.18)

8. Концепция стратегии развития отрасли виноградарства и виноделия в республике Крым и городе федерального значения Севастополь на период 2014-2025 г.г. (Винодельческая провинция Крым) [Электронный ресурс]: Государственная комиссия по вопросам социально-экономического развития Республики Крым и г. Севастополь. URL: <http://kbwv.ru/images/docs/titov-strategiya.pdf> (дата обращения: 12.02.2018)

9. Huzjan, Vita & Gjosevski, Dragan & Simonovska, Ana. (2015). Financial analysis of the wineries in the Republic of Macedonia / Vita Huzjan, Dragan Gjosevski, Ana Simonovska // [Электронный ресурс]: ISAF 2015 Conference, October 2015. URL: https://www.researchgate.net/publication/281811582_FINANCIAL_ANALYSIS_OF_THE_WINERIES_IN_THE_REPUBLIC_OF_MACEDONIA (дата обращения: 14.10.2018)

10. Сушко К.Е., Черемисинова Д.В. Об основных тенденциях и перспективах формирования оборотного капитала предприятиями винодельческой отрасли Республики Крым и г. Севастополя / К.Е. Сушко, Д.В. Черемисинова // Инновационные технологии в развитии социально-экономических систем Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. / Под редакцией Е.И. Пискун, Л.С. Шаховской, Р.М. Нижегородцева, 2018. – 347 с. - С. 98-105.

Рекреация и туризм

УДК 33

Алиева В.С., Любимова О.В. Исследования эффективных каналов связи с потребителями гостиничных услуг

Studies of effective communication channels with consumers of hotel services

Алиева Вероника Самедовна,

Студентка направления «Туризм»,

Северо-Кавказский Федеральный Университет

Научный руководитель

Любимова О.В., канд. пед. наук, доцент кафедры социально-

экономической географии, геоинформатики и туризма,

Северо-Кавказский Федеральный Университет

Aliyeva Veronika Samedovna,

Student direction "Tourism",

North Caucasus Federal University

supervisor

Lyubimova OV, Ph.D. ped. Sci., Associate Professor of the Department of Socio-

Economic Geography, Geoinformatics and Tourism,

North Caucasus Federal University

Аннотация. В данной работе проведен анализ основных маркетинговых каналов коммуникации с применением современных исследовательских методов с целью выявления наиболее эффективных инструментов продвижения гостиничных услуг. Поскольку для индустрии гостеприимства в целом, и для гостиничного бизнеса в частности, наиболее эффективна концепция индивидуального маркетинга, в гостиничной индустрии наиболее целесообразно применять интернет-маркетинг и использовать именно диалоговые каналы коммуникации и маркетинговые ходы, направленные на индивидуализацию предложений и услуг.

Ключевые слова: каналы связи, потребители, гостиничные услуги, клиентские базы, интернет-маркетинг.

Abstract. This paper analyzes the major marketing communication channels. The authors use modern research methods in order to identify the most effective tools for promoting hotel services. Since the concept of individual marketing is the most effective one for all hospitality industry in general, and for the hotel business in particular, the Internet marketing and interactive communication channels aimed at individualization of offers and services, proved to be the most efficient marketing instruments in this sphere.

Keywords: communication channels, consumers, hotel services, customer database, Internet marketing.

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение

Изучение наиболее эффективных способов продвижения объектов размещения является актуальной задачей поскольку отельный бизнес активно развивается и имеет большую конкуренцию.

Изучение покупательского поведения является очень важной составляющей маркетинговых мероприятий любой компании. Особенно важно понимать, чего хочет потребитель, в индустрии гостеприимства. Успешная деятельность на рынке гостиничных услуг предусматривает удовлетворение нужд и запросов клиентов, прогнозирование их потребностей. Однако поведение потребителей никогда не бывает простым и предсказуемым, поскольку на него влияет большое количество факторов.

Одним из важнейших элементов системы продвижения предприятий гостиничного бизнеса является изучение каналов коммуникации с потребителями гостиничных услуг. Наименее изучены такие инструменты привлечения клиентов, как веб-сайт отеля или диалоговые каналы интернет-маркетинга гостиничных услуг. В этой связи, проведение исследований в данной сфере является актуальной задачей.

Объекты и методы исследования

Объектом данного исследования является потребительский спрос на гостиничные услуги. Предмет исследования – выявление наиболее эффективных каналов связи с потребителем для моделирования потребительского спроса в данном сегменте.

Цель данной работы – изучение и анализ современных каналов коммуникации с потребителями гостиничных услуг для эффективного воздействия на покупательское поведение.

Для реализации поставленной цели были решены следующие задачи:

- проанализированы методы, применяемые для изучения потребительского поведения в туризме;
- изучены основные каналы связи с потребителями;
- приведены практические примеры применения современных технологий продвижения ведущими сетями отелей;
- выявлены наиболее эффективные инструменты воздействия на потребительский спрос.

Для того чтобы определить наиболее эффективные каналы связи с потребителем для сбора первичной информации нами использованы следующие методы [2]:

1) метод наблюдения. Этот эмпирический метод широко применяется в психологии, поскольку он достаточно прост в реализации, позволяет накапливать большой объем данных. При грамотной интерпретации этот метод позволяет собственникам мест размещения получить данные о поведенческих стереотипах отдельных индивидуумов и определенных групп потребителей, отдельных сегментов рынка. Благодаря наблюдению, можно определить, на что люди больше всего обращают внимание, какие услуги отеля наиболее востребованы, какого типа реклама им больше нравится.

2) проведение фокус-групп. Фокус-группа состоит из 6-10 человек, которых просят принять участие в обсуждении услуг, предоставляемых предприятиями размещения, или какого-либо другого объекта маркетингового исследования. Благодаря развитию Интернета многие компании проводят фокус-группы в режиме реального времени. Данный метод помогает понять, что будущие потребители хотят видеть в самом отеле или, например, понять, как потребительская аудитория оценивает качество и способ подачи информации на сайте отеля (фото, видео, описание услуг).

3) очень важным методом является опрос. Этим методом компании изучают знания, убеждения, предпочтения и удовлетворенность своих потребителей. Предприятия гостиничной сферы применяют опросы как в процессе получения услуги, так после завершения пребывания в отеле. Покупатели оставляют разнообразные «следы» своих предпочтений, отвечая на анкеты самого отеля, оставляя отзывы на сайтах (например, на сайте booking.com), в социальных сетях.

4) эмпирический метод. В качестве эксперимента сеть отелей внедряет серию мероприятий, стимулирующих сбыт: специальные пакеты предложений (забронируйте 4 ночи в отеле и получите одну ночь проживания бесплатно), скидки на размещение или определенные услуги, предложения для клиентов программы лояльности (например, для владельца карты Carlson club). По результатам проводится анализ произведенных покупок (в отельном бизнесе - объем оплаченных услуг). Этот метод позволяет достоверно оценить влияние того или иного маркетингового мероприятия на фактический финансовый результат, а также позволяет идентифицировать скрытые потребительские предпочтения и зачастую оказывается более надежным источником информации, чем результаты опросов [5].

Для устойчивого положения на рынке гостиничных услуг необходимы комплексные исследования всех факторов, влияющих на потребительский спрос, и грамотное применение современных инструментов и технологий.

Экспериментальная часть

В данной работе нами проанализированы основные группы каналов коммуникации предприятий гостиничного бизнеса с целевыми потребителями.

Применяя теорию Котлера, можно утверждать, что индустрия гостеприимства использует три вида маркетинговых каналов коммуникации с потребителем. Эти каналы используются как для прямой связи с непосредственным потребителем, так и коммуникации с дистрибьюторами, туристическими операторами и агентствами в качестве посредников [1].

Первый канал коммуникации - общепринятые технологии, такие как рекламные щиты, плакаты, листовки, используют в основном единичные отели. Печатную рекламу размещают в журналы для пассажиров, в путеводители, туристические карты, другие источники информации для путешественников. Традиционные методы воздействия на потребителя, такие как рекламные кампании или отраслевые ярмарки, вытесняются со стремительной силой.

На смену первому каналу коммуникации пришли более эффективные и более информативные инструменты привлечения клиентов - веб-сайт отеля, сети отелей или сайты партнеров, продвигающих услуги отеля. Сравнительно мало научных работ посвящено изучению этого важного инструмента маркетинга и его роли в стимулировании потребительского спроса в туризме и гостеприимстве [6]. Однако поскольку за последние 20 лет интернет полностью изменил индустрию гостиничного бизнеса, этот инструмент и правильная подача информации на сайте отеля выходят сегодня на первое место.

Даже если первоначально потребитель узнал об объекте размещения не из сети Интернет (получил рекомендацию от знакомого, члена семьи, организатора мероприятия, увидел рекламный буклет и т.д.), то он обязательно заходит на сайт: рассмотреть фотографии, узнать более подробную информацию и посмотреть на карту расположения отеля. Многие клиенты перед принятием окончательного решения изучают все доступные источники в Интернете о данном отеле, в том числе отзывы клиентов.

Диалоговые каналы связи с потребителем (третий тип каналов коммуникации) по оценкам специалистов являются наиболее эффективными средством привлечения и закрепления клиентов. Социальные сети, блоги, электронная почта, и смс-рассылки [4] позволяют постоянно отслеживать степень потребительской удовлетворенности. Предприятия индустрии гостеприимства должны поддерживать каналы обратной связи с клиентами, регулярно собирать информацию о потребностях и ожиданиях потребителей, отслеживать изменения в поведении потребителей.

Сбор данных осуществляется через создание электронных баз данных посетителей отеля, через подписки на официальном сайте, выпуск клубных карт (Hilton Honours [8], Carlson club [7]), для получения которых отель требует заполнения анкет. Зная о предпочтениях клиента отель может необходимым образом подготовиться, чтобы удовлетворить его желания во время повторного посещения.

Результаты

Объекты размещения, использующие Интернет для продвижения своих услуг, получают следующие преимущества:

- снижение расходов, достигаемое за счет сокращения затрачиваемого времени, снижения потребности в печати буклетов и распространении материала традиционными способами;
- новые возможности для новых предложений, программ и услуг, а также для выхода на новые рынки;
- улучшение коммуникации, т.е. повышение качества коммуникаций с клиентами, сотрудниками, поставщиками и дистрибьюторами;
- интернет обеспечивает лучшие возможности для маркетинговых исследований: во-первых, клиенты сами оставляют о себе информацию и отзывы на сайте, во-вторых, общедоступность информации о ценовых предложениях, акциях, программах позволяет отелям регулярно просматривать предложения конкурентов и выстраивать свои маркетинговые стратегии;

- повышение качества обслуживания клиентов за счет использования интерактивных баз запросов (при бронировании отеля клиент может заказать номер с видом, кондиционером, большой кроватью, в тихом крыле отеля).

Наиболее эффективными инструментами продвижения объектов размещения являются диалоговые каналы. Они построены на системе обратной связи, которую клиент осуществляет, оставляя отзывы в социальных сетях, на соответствующих сайтах (типа TripAdvisor или Booking.com). Другой эффективной формой продвижения через диалоговые каналы является систематическая работа с клиентскими базами отелей, содержащими информацию о потребностях и ожиданиях потребителей. Именно эти технологии позволяют анализировать данные о клиентах и их предпочтениях, выполнять адресные рассылки с предложениями на новые товары и услуги по выбранной группе заинтересованных клиентов, измерять процент отклика клиентов на предложения, отслеживать изменения в поведении потребителей, сегментировать клиентов по различным признакам [3].

Выводы

Таким образом изучение современных каналов коммуникации с потребителями выявил, что для индустрии гостеприимства в целом, и для гостиничного бизнеса в частности, наиболее эффективна концепция индивидуального маркетинга, которая основана на изучении предпочтений потребителей и формировании клиентских баз. С развитием Интернета изменился не только процесс поиска информации, но и само понятие «потребитель». В настоящее время существуют традиционные потребители гостиничных услуг (не совершают покупки в Сети), киберпотребители (совершают в Сети основную часть своих покупок) и гибридные потребители (совершают покупки любым способом).

В этой связи в гостиничной индустрии наиболее целесообразно применять интернет-маркетинг и использовать именно диалоговые каналы коммуникации и маркетинговые ходы, направленные на индивидуализацию предложений и услуг.

Библиографический список

1. Косолапов А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. М.: КноРус, 2010;
2. Лавриненко Я.Б., Разработка механизма повышения эффективности продвижения товаров на рынке недвижимости посредством сети интернет: диссертация – Воронеж.: ВАК РФ, 2012;
3. Милл Р.К. Управление рестораном. Издательство: Юнити-Дана Год: 2009 ISBN: 978-5-238-01589-7, 0-13-113690-9 Серия: Зарубежный учебник. Страниц: 536;
4. Одинцов А.А., Одинцова О.В. Управление поведением потребителей.: Учебное пособие. М.: ИИЦ;

5. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014;
6. Manganari, E., Siomkos G., Vrechopoulos A., Perceived Consumer Navigational Control in Travel Websites. Journal of Hospitality & Tourism Research, 2012;
7. Официальный сайт Carlson Club - URL: <https://www.clubcarlson.com>);
8. Официальный сайт Hilton Honors -URL: <http://hiltonhonors3.hilton.com>.

УДК 551.586; 379.85

Пестерева Н.М., Белякова М.Ю., Тюняева Е.А. Разработка методики и алгоритма оценки природно–рекреационных ресурсов туристических кластеров на основе биоклиматических индикаторов

Development of the technique and algorithm for the assessment of natural and recreational resources of tourist clusters based on bioclimatic indicators

**Пестерева Нина Михайловна, Белякова Мария Юрьевна,
Тюняева Елена Александровна**

1. Доктор географических наук, профессор кафедры менеджмента в спортивной и туристской индустрии ФГБУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», г. Москва
2. Кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента в спортивной и туристской индустрии, «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», г. Москва
3. аспирант кафедры менеджмента в спортивной и туристской индустрии «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», г. Москва
Pestereva Nina Mikhailovna, Belyakova Maria Yuryevna,
Tyunyaeva Elena Alexandrovna
1. Doctor of Geography, Professor of the Department of Management in the Sports and Tourism Industry of the "Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation", Moscow
2. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Management in the Sports and Tourism Industry of the "Russian Academy of National Economy and Public Administration", Moscow
3. the graduate student of the department of management in the sports and tourism industry of the "Russian Academy of National Economy and Public Administration", Moscow

Аннотация. Цель – разработка основы методики и алгоритма комплексной биоклиматической оценки степени комфортности территорий для зимних и летних видов рекреации, туризма и спорта. Исходные материалы – метеорологические данные климатических станций за 1907 по 2015 гг. Использован сравнительный анализ и методы математической статистики. Проведен сравнительный анализ различных биоклиматических индикаторов отечественных и зарубежных авторов для оценки биоклиматических ресурсов. В работе осуществлена дифференциация индикаторов оценки степени комфортности клиентов объектов спортивной и туристической индустрии для зимнего и летнего сезонов. Разработан алгоритм оценки степени биоклиматических ресурсов для отдыха, лечебного и оздоровительного туризма, рекреации и спорта с учетом современного изменения климата. Предложенный алгоритм расчета и картирования биоклиматических характеристик позволит унифицировать результаты различных авторов и более корректно проводить сравнительную оценку степени благоприятствования природно-климатических ресурсов туристско-рекреационных кластеров для сезонных видов отдыха.

Ключевые слова: биоклимат, индикаторы, кластеры, туризм, рекреация, сезонный отдых

Abstract. The goal is to develop the basis of the methodology and algorithm for a comprehensive bioclimatic assessment of the degree of comfort of the territories for winter and summer types of recreation, tourism and sports. Initial materials - meteorological data of climatic stations for 1907 to 2015. Used comparative analysis and methods of mathematical

statistics. A comparative analysis of various bioclimatic indicators of domestic and foreign authors to assess bioclimatic resources. The work has carried out differentiation of indicators for assessing the degree of customer comfort in sports and tourism industry facilities for the winter and summer seasons. An algorithm has been developed for assessing the degree of bioclimatic resources for recreation, medical and health tourism, recreation and sports, taking into account modern climate change. The proposed algorithm for calculating and mapping bioclimatic characteristics will allow to unify the results of various authors and more correctly carry out a comparative assessment of the degree of favoring the climatic resources of tourist and recreational clusters for seasonal recreation.

Keywords: *bioclimate, indicators, clusters, tourism, recreation, seasonal rest*

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение. Одним из доминирующих природных факторов развития рекреационного (лечебного, оздоровительного, спортивного) туризма являются климатические ресурсы [1]. Климат один из основных элементов глобальной геоэкологической системы жизнеобеспечения человека на планете [2]. Его рекреационное «значение» определяется интенсивностью комплексного воздействия и продолжительностью периода с благоприятными климатическими и погодными условиями на организм человека с физиологической точки зрения [3,4]. Устойчивое развитие и успешная эксплуатация объектов туристской и спортивной индустрии не возможны без дифференциального учета региональных особенностей современного климата [5,6]. По данным официальных статистических отчетов в настоящее время наиболее востребованными у россиян являются горноклиматические курорты, туристические центры, базы отдыха (зимние виды рекреации, отдыха и спорта) и морские курорты, санатории, пансионаты и пр. (летние виды рекреации, отдыха и спорта). Такая сезонность в распределении туристических потоков вполне логична и понятна с точки зрения социально-экономических факторов.

Вопросам изучения региональных особенностей современного климата и оценке его воздействия на различные сферы жизнедеятельности человека, в том числе на туризм, рекреацию, спорт, а также на физическое состояние и самочувствие человека посвящены многочисленные исследования зарубежных и отечественных авторов, в том числе обзорные статьи [2,7,8]. В некоторых из них достаточно подробно исследованы количественные и качественные причинно-следственные связи в системе «климат – экология окружающей среды – здоровье человека – трудовые ресурсы – профессиональные риски – климатотерапия». Однако многие вопросы теории и практики оценки воздействия современных климатических ресурсов на современное состояние и развитие лечебно-оздоровительного и рекреационного туризма в настоящее время разработаны недостаточно.

Цель исследования. Учитывая возросшие потребности населения в лечебно-оздоровительных и рекреационных услугах, а также бурное развитие спортивной и туристской индустрии, разработать основы методики и алгоритм комплексной биоклиматической оценки природно-климатических ресурсов туристско-рекреационных кластеров с учетом изменения климата и сезонной востребованности.

Материалы и методы исследования. Для оценки динамики современного изменения климата и расчета биоклиматических индикаторов и показателей физиологического состояния человека рекомендуется использовать метеорологические данные станций мировой климатической сети «Глобальная система наблюдений за климатом» (GCOS) с рядами наблюдений более 50-ти лет (<http://climatechange.su>). Первоначально, как правило, рассчитываются основные статистические характеристики временных рядов метеорологических величин, определяются кривые фактического и нормального распределения. Затем при помощи регрессионного анализа рассчитываются линейные тренды, характеризующие характер и тенденцию изменения климата. При положительных коэффициентах корреляции ($R > 0$) наблюдается потепление климата, при $R < 0$ – климат становится более прохладным. Доверительная вероятность статистических зависимостей оценивается при помощи известных критериев Стьюдента (t_s) и согласия хи-квадрат (χ^2). Для сравнительной оценки выборочного фактического и теоретического нормального распределения метеорологических величин строились графики кривых распределения. Число градаций определялось по правилу Штюргеса:

$$K = 1 + 3,32 \lg N \quad (1);$$

где N – величина выборки, длина ряда; K – число градаций [9].

Для оценки воздействия окружающей среды на физиологическое состояние человека рассчитывались такие биоклиматические индикаторы и показатели как: эффективная (характеризует эффект воздействия на человека температуры воздуха и скорости ветра) температура, эквивалентно-эффективная (учитывает тепловую чувствительность человека), биологически активная (определяет воздействие температуры, влажности и скорости ветра на организм человека) температура, индекс патогенности метеорологической ситуации (учитывает характеристику раздражающего воздействия погоды на человека) [9, 10, 11]. Экстремальность и/или биоклиматическая комфортность климата для зимних видов отдыха и спорта определяется при помощи индексов «холодового стресса»: индекса суровости климата Бодмана (S) и ветро-холодовой индекса Сайпла (W). Для летних видов отдыха, туризма и спорта рекомендуется [10,11] использовать "радиационную эквивалентно-эффективную температуру (РЭЭТ); «нормальную эквивалентно-эффективную температуру (НЭЭТ); «биологически активную температуру окружающей человека среды» (БАТ).

Результаты и обсуждение. В качестве всесезонного туристско-рекреационного кластера (ТРК) был выбран горноклиматический курорт «Сочи-2014». Такое название объясняется двумя причинами: реализацией Федеральной целевой программой «Развитие города Сочи как горноклиматического курорта» (2006 г.), которая после получения городом Сочи права на проведение XXII Олимпийских и XI Паралимпийских зимних Игр «Сочи-2014» была существенно изменена и получила новое содержание и название «Строительство спортивных олимпийских объектов и развитие города Сочи как горноклиматического курорта» (2007 г.). В настоящее время, после проведения Олимпийских Игр «Сочи-

20142» г. Сочи получил новый статус «всесезонного» климатического курорта и уникального спортивного кластера с полным набором всех олимпийских спортивных сооружений.

В работе были использованы данные государственной метеорологической сети станций, расположенных на территории муниципального городского поселения «Сочи». Это метеорологические станции (МС): МС «Сочи» (период наблюдения 1870–2014 гг., высота над уровнем моря – 43 метра); МС «Красная поляна» (период наблюдений 1961–2014 гг., высота МС над уровнем моря – 2345 метров) и МС «Клухарский перевал» (период наблюдений 1959–2014 гг., высота над уровнем моря – 3890 метров). МС «Сочи» расположена в центре города Сочи, в районе морского порта. Такое месторасположение МС позволяет адекватно оценивать прибрежную зону, где преимущественно (около 78%) располагаются объекты туристско–рекреационного кластера пляжного туризма и отдыха. Две другие МС удачно характеризуют климат и горный микроклимат Красной поляны, где расположены основные объекты горнолыжной туристической и спортивной инфраструктуры.

Рассчитывались основные статистически характеристики временных рядов: среднее многолетнее значение ряда, максимальное и минимальное значения, амплитуда, мода, медиана, дисперсия, среднее квадратическое отклонение, коэффициенты корреляции, вариации, эксцесса, асимметрии, а также их абсолютные и относительные ошибки. Как показали, проведенные нами расчеты (рис.1–3) на МС «Красная поляна» наблюдались разнонаправленные линейные тренды в ходе средней месячной температуры воздуха. Так, например, в августе, сентяб্রে и октяб্রে отмечены положительные тренды, наиболее ярко выраженные в августе (рис. 1), коэффициент корреляции $R=0,54$; критерий Стьюдента $t_s = 4,424$. Эти данные свидетельствуют об устойчивом потеплении последнего летнего месяца, что является весьма положительным фактором для пляжного туризма. Комфортность для отдыхающих в прибрежной зоне повышается, а продолжительность пляжного сезона увеличивается. С экономической точки зрения это приводит к повышению доходности пляжного туризма. В то же время, для апрелей, февралей, ноябрей и декабрей установлен отрицательный тренд. Иллюстрацией этого является рис. 2, на котором даже визуально хорошо прослеживается достаточно устойчивый отрицательный линейный климатический тренд ($R= - 0.171$; $t_s= - 1,175$).



Рисунок 1. Временной ход средней месячной температуры воздуха в августах на МС «Красная поляна» и ярко выраженный устойчивый положительный климатический тренд



Рисунок 2. Временной ход средней месячной температуры воздуха в февральях на МС «Красная поляна» и устойчивый отрицательный климатический тренд.

Остальные месяцы года характеризуются разнонаправленным, слабовыраженным и статистически не значимым климатическим трендом (рис. 3.). В распределении атмосферных осадков обнаружены, в основном (78% случаев), климатические тренды на уровне статистической ошибки, кроме зимних месяцев. Однако и в зимние месяцы коэффициенты корреляции не существенно отличаются от нуля.

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют скорее о благоприятных изменениях современного климата на территории туристско-спортивно-рекреационного кластера «Красная поляна» климатического курорта «Сочи-2014». В летнее время в прибрежном и/или в морском пляжном кластере положительный климатический тренд повышает комфортность отдыхающих и увеличивает продолжительность пляжного сезона. В горном кластере также складывается благоприятная ситуация: летний период последнего десятилетия

характеризуется более высокими температурами воздуха, а в зимний период – наблюдается слабо выраженный, но положительный тренд осадков. Такие климатические и погодные условия также весьма благоприятны для увеличения продолжительности периода активной эксплуатации горнолыжных склонов, и уменьшения расходов, связанных с оснежением горнолыжных трасс и реализацией моделей оперативного управления оснежением на основе фактической и прогностической информации об аномалиях погоды [12]. Выборочно были рассчитаны биоклиматические индикаторы и показатели для зимнего и летнего сезонов (таблица 1).



Рисунок 3. Временной ход средней месячной температуры воздуха в январях на МС «Красная Поляна» и климатический тренд.

Таблица 1.

Биоклиматические индексы, рекомендуемые для комплексной оценки природно-климатических ресурсов туристско-рекреационных кластеров

Для холодного времени года: ноябрь – март	Для теплого времени года: апрель – октябрь
Индекс суровости климата Бодмана (S)	Радиационная эквивалентно-эффективная температура (РЭЭТ)
Приведенная температура по Адаменко и Хайрулину ($t_{\text{прив.}}$)	Нормальная эквивалентно-эффективная температура (НЭЭТ)
Индекс ветрового охлаждения по Хиллу (Hw)	Биологически активная температура окружающей человека среды (БАТ)

В последнее десятилетие при оценке биоклиматических и рекреационных ресурсов территорий большое распространение получили геоинформационные системы (ГИС) и технологии [13]. Интенсивное развитие Интернет технологий и сетевых веб-приложений позволяет создавать специализированные геопорталы и геосервисы, с помощью которых представляется возможным проводить не только научно-исследовательские изыскания, но и осуществлять мониторинг и прогнозирование будущего состояния биоклиматических ресурсов и устойчивого развития туристско-рекреационных кластеров. При разработке программ научных исследований, посвященных оценке природно-рекреационных ресурсов в условиях современного климата и оценке его воздействия на здоровье населения необходимо, на наш взгляд, также учитывать рекомендации Всемирной организации здравоохранения: исследование особенностей и уточнение ранее выявленных причинно-следственных связей в системе «климат – экология окружающей среды – здоровье человека лечебная и оздоровительная рекреация»; разработка медико – эколого – климатических моделей оценки воздействия антропогенно измененной окружающей среды, включая изменения климата, на профессиональные риски и здоровье человека для совершенствования существующих и разработки новых здоровьесберегающих технологий.

По результатам ранее проведенных авторами исследований, посвященных оценке биоклиматических ресурсов различных территорий для целей лечебно-оздоровительного туризма, рекреации и спорта для зимнего времени года [1,2,7,12, 13], а также публикаций российских и зарубежных авторов [3–6,8,9–11] разработан алгоритм комплексной оценки биоклиматической ресурсов туристско-рекреационных кластеров для зимнего и летнего сезонов.

На первом этапе необходимо создать базу климатической информации реперных метеорологических станций, желательно внесенных в список климатических станций Всемирной метеорологической организации. Как правило, в качестве исходной метеорологической информации

используют данные о средней месячной температуре воздуха, количестве осадков, скорости ветра, относительной влажности воздуха, датах перехода температуры воздуха и почвы через определенные интервалы, сведения в высоте снежного покрова и др. метеорологическая информация, необходимая для расчетов биоклиматических индексов и показателей.

На втором этапе следует осуществить расчет основных статистических характеристик временных метеорологических рядов (средние многолетние, амплитуду, коэффициенты асимметрии, эксцесса, среднее квадратическое отклонение, моду, медиану и пр.), построить графики временного хода метеорологических рядов, определить линейные тренды, оценить их вероятностные характеристики.

Третий этап предполагает расчет количественных значений биоклиматических индексов в соответствии с целевыми установками по территориям, времени года, видам рекреации.

На заключительном этапе, используя геоинформационные системы и технологии, осуществляется картирование исследуемой территории применительно к зимним и летним видам рекреации, туризма и спорта, а также визуализация исследуемых территорий и отдельных объектов спортивной и туристской инфраструктуры с разрешающей способностью до 1–5 метров.

Заключение. Надеемся, что предложенный нами алгоритм расчета и картирования биоклиматических характеристик для оценки степени комфортности туристско-рекреационных кластеров позволит унифицировать результаты, что даст возможность более корректно проводить сравнительную оценку степени благоприятствования климата и окружающей среды для целей туризма, рекреации, отдыха и спорта. Планируется продолжить данное исследование построить метеоролого- и эколого-экономические модели адаптации организационно-экономической деятельности объектов спортивной и туристской инфраструктуры к антропогенно измененному климату, разработать практические рекомендации по усовершенствованию туристско-рекреационной сферы услуг с целью повышения качества жизни населения.

Финансовая поддержка: Федеральная целевая программа «Подготовка научных и научно-педагогических кадров для инновационной России «2010-2014гг», ГК № 02.740.11.0856 от 26.06.2010 г., № ГР 01201002496.

Библиографический список

1. Пестерева Н.М. Развитие лечебно-оздоровительного туризма на горноклиматических курортах // Здоровье и образование в XXI веке. – Москва: Из-во РУДН, 2016. – Т. 18. – № 12. – С. 150-153.
2. Пестерева Н.М., Хечумян А.Ф., Удовенко И.Л. Климатотерапия на курортах Черноморского побережья Кавказа: современное состояние и перспективы развития // Вопр. курортологии, физиотерапии и лечебной физической культуры. – 2016. – Т. 93. – № (3)5. – С. 56-61.
3. Ветитнев, А.М., Торгашева А.А. Современные взгляды на лечебно-оздоровительный туризм // Курортные ведомости. – 2014. – №1. – С. 20-23.
4. Кирилина В.М., Колесникова Н.В., Колесников Н.Г. Санаторно-курортный и туристско-рекреационный комплексы региона: методологические аспекты эволюции // Вопр. курортологии, физиотерапии и лечебной физической культуры. – 2016. – Т. 93. – № (1)5. – С. 62-65.
5. Башалханова, Л.Б., Евстропьева, О.В. Ресурсы климата в развитии рекреационного потенциала системы Байкальского региона // Геогр. и природные ресурсы. – 2011. – № 3. – С. 105-111.
6. Demiroglu OS. Climate change vulnerability of ski tourism in Germany and Turkey // Sabansi University. – Istanbul policy center. – 2016. – 48 p.
7. Пестерева Н.М., Хечумян А.Ф., Ворожбит Н.А. Комплексная биоклиматическая оценка комфортности территорий Дальнего Востока России для зимней рекреации и лечебно-оздоровительного туризма // Вопр. курортологии, физиотерапии и лечебной физической культуры. – 2018. – Т. 95. – № (2)6. – С. 37-42.
8. Tranos E, Davoudi S. The Regional Impact of Climate Change on Winter Tourism in Europe // Tourism Planning and Development. – 2014. – №11. – С. 163-178.
9. Исаев А.А. Экологическая климатология. – М.: Научный мир, 2001. – 458 с.
10. Кобышева Н. В., Стадник В. В., Ключева М. В., Пигольцина Г. Б. Руководство по специализированному климатологическому обслуживанию экономики / Под редакцией д. – ра геогр. наук, профессора Кобышевой Н.В. – СПб, 2008. – 336 с.
11. Климатические ресурсы и методы их представления для прикладных целей / Под ред. К.Ш. Хайрулина. – СПб.: Гидрометеиздат, 2005. – 231с.
12. Пестерева Н.М., Сидоренко Н.Ю., Надеина О.С. Современные тенденции развития горнолыжных курортов в условиях изменения климата (на примере Западного Кавказа и Сихотэ-Алиня) // География и природные ресурсы. – 2016. – № 2. – С. 85-93.
13. Пестерева Н.М., Надеина О.С. Развитие геопортальных технологий и геосервисов для туризма, рекреации и спорта // Материалы II Всерос. научно-практической конференции с международным участием «Рекреационная география и инновации в туризме» г. Иркутск 22–25 сентября 2014 г. – Иркутск, 2014. – С. 125-127.

Финансы, денежное обращение и кредит

УДК 33

Алексеекно М.М. Аудит эффективности системы управления финансами в рамках проектного управления в органах власти Белгородской области.

Audit of the effectiveness of the financial management system in the framework of project management in the authorities of the Belgorod region

Алексеекно Михаил Михайлович,

Научный руководитель: **М. В. Селюков**

1. магистр II курса ФГАОУ ВО НИУ «БелГУ»,

2. канд. экон. наук, доцент кафедры социальных технологий ФГАОУ ВО НИУ «БелГУ»

Alekseenko Mikhail Mikhailovich,

Scientific adviser: M. V. Selyukov

1. Master of the II course of Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «Belgorod National Research University»

2. Candidate of economic sciences, assistant professor of social technologies Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «Belgorod National Research University»

Аннотация. В данной статье рассматривается оценка эффективности использования бюджетных средств при инвестировании в проекты регионального значения. Проводится анализ параметров и характеристика финансовой системы Белгородской области, а также некоторые аспекты проектного управления в регионе.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, финансы, финансовое планирование проектное управление, аудит, государственный аудит, аудит эффективности, экономическая эффективность.

Abstract. This article discusses the assessment of the effectiveness of the use of budgetary funds when investing in projects of regional significance. The analysis of the parameters and characteristics of the financial system of the Belgorod region, as well as some aspects of project management in the region.

Keywords: financial management, finance, financial planning, project management, audit, state audit, efficiency audit, economic efficiency.

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Современная финансовая система России и механизмы ее прогрессивного функционирования должны быть направлены как на развитие всей социально-экономической системы государства, так и на поэтапную собственную модернизацию.

В процессе модернизации механизмов функционирования финансовой системы предполагается усовершенствовать комплекс мероприятий, направленных на адаптацию финансовой системы к новым мировым финансовым и экономическим процессам, в частности санкциям со стороны развитых стран, не имеющих аналогов в новой экономической истории.

Рассматривая финансовую систему с позиции сущности финансов, можно видеть, что менее всего исследованным является понимание возможностей влияния финансовых ресурсов и приравненных к ним активов на экономическое развитие государства. Финансовые ресурсы и приравненные к ним активы могут предоставляться либо на бесплатной и безвозвратной основе, либо на основе платности, возвратности и целевого характера для осуществления воспроизводственных процессов в стране. Это совершенно по-разному оказывает влияние на социально-экономическое развитие страны, состояние финансовой системы и возможности ее дальнейшего совершенствования. Поэтому развитие современной финансовой системы без учета рыночных методов хозяйствования сильно затруднено и не позволяет обеспечить необходимый уровень интеграции финансовых отношений в современной национальной экономике[1].

Финансовая система в Белгородской области строится на основе ежегодно принимаемого бюджета, который состоит из доходной и расходной части. В статьи расхода включены обязательно региона по погашению его долга, выплаты, направленные на социальное обеспечение, образование и иные выплаты. Правительство Белгородской области осуществляет инвестиционную деятельность через проектной управление путем поддержки предпринимателей при реализации социально-экономически значимых проектах для Белгородской области в соответствии со Стратегией развития до 2025 года[2].

Поддержка предпринимателей осуществляется путем предоставления льгот, обеспечения условий для ведения предпринимательской деятельности, непосредственно выделение денежных средств в виде субсидий и грантов на развитие организаций, модернизацию производства и т.д. В связи с необходимостью повышения эффективности использования финансовых ресурсов необходимо подробное изучение инвестиционной деятельности, которая ведется в рамках проектного управления в Белгородской области.

Результаты анализа составления и расходования бюджета Белгородской области свидетельствуют о высоком уровне проводимой бюджетной политики в регионе. Эффективность проводимой местными органами власти бюджетной политики подтверждается отсутствием по состоянию на 1 декабря 2017 года: просроченной кредиторской задолженности по всем финансовым обязательствам; долговых обязательств. Поступившие в 2017 году доходы позволили обеспечить исполнение всех публичных обязательств (обязательств перед населением), установленных законодательством и обязательств бюджетных учреждений. Приоритетным направлением планирования объемов капитальных вложений является максимальное привлечение в область федеральных средств с учетом их софинансирования, переходящих объектов строительства, капремонта и реконструкции объектов социально-культурной сферы[3].

В основе инновационного развития Белгородской области лежит использование современных управленческих технологий. К современным технологиям регионального управления можно отнести: создание и функционирование региональной системы поддержки малого и среднего бизнеса, региональной системы привлечения инвестиций на основе государственного-частного партнерства, региональной системы поддержки интеграционных процессов, развитие региональной инновационной инфраструктуры, создание территории инновационного развития и другие[4].

При этом необходимо отметить существующие тенденции такие как оптимизацию бюджетных расходов и их сокращения, повышение уровня конкуренции на рынке производства и сбыта продукции населению, что обуславливает необходимость повышения производительности труда и эффективности

финансирования бюджетных средств в инвестиционные и социально значимые проекты Белгородской области. Потребность в повышении эффективности управления финансовой системы обусловлена большим спросом на финансовые ресурсы, и обострение дефицита средств при реализации функции органами власти. Инвестиционные проекты в свою очередь с участием бюджетных средств должны быть рентабельны и эффективны для обеспечения возврата средств и обеспечения работоспособности организаций.

Таблица 1

Динамика расходов областного бюджета Белгородской области на 2018-2021 годы в отраслевом разрезе[5]⁴

Раздел	Наименование показателей	Ожидаемое исполнение за 2018 год	Прогноз на 2019 год	Прогноз на 2020 год	Прогноз на 2021 год
1	2	3	4	6	8
01	Общегосударственные вопросы	2 169 031	2 335 308	3 042 439	2 947 554
02	Национальная оборона	32 440	23 029	23 029	23 413
03	Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	417 143	554 096	521 348	471 221
04	Национальная экономика	30 112 821	22 661 723	18 948 628	20 109 068
05	Жилищно-коммунальное хозяйство	1 669 959	2 943 531	1 870 638	1 555 973
06	Охрана окружающей среды	141 294	451 928	495 061	104 022
07	Образование	19 610 822	20 291 631	21 177 766	21 409 694
08	Культура, кинематография	1 150 269	1 227 695	1 371 447	1 679 601
09	Здравоохранение	8 427 373	9 310 850	7 849 494	7 933 593
10	Социальная политика	16 696 560	17 149 095	17 695 111	18 355 705
11	Физическая культура и спорт	349 402	971 796	965 779	557 694
12	Средства массовой информации	209 072	222 790	221 486	226 459
13	Обслуживание государственного и муниципального долга	2 126 724	1 981 847	2 288 009	2 359 761
14	Межбюджетные трансферты	4 595 176	5 147 833	4 493 442	4 087 438
ВСЕГО РАСХОДОВ по бюджету		87 708 086	85 273 154	80 963 676	81 821 197

⁴ Об областном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов : Закон Белгородской области от 19 декабря 2018 года № 337 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

В бюджете Белгородской области предусмотрено выделение средств на поддержку предпринимательства на территории региона. Решение о принятии проекта к реализации или отклонении осуществляется в соответствии с регламентами утвержденными нормативными актами правительства Белгородской области. При рассмотрении документации проектов осуществляется экспертная оценка, которая должна определить эффективность и целесообразность реализации проекта. При этом оценка рисков носит формальный характер, не учитывается стоимость денег во времени, что приводит к искажению оценки результатов инвестиционного проекта во времени, осуществляется оценка потенциального количества рабочих мест и производительности рабочего места и отношение выручки от реализации проекта на одного рабочего.

Таблица 2

Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства, развитие промышленности и сельского туризма на территории области в 2018-2019 гг

	Наименование расходов	Ожидаемое исполнение за 2018 г.	Прогноз 2019 г.	Темп роста, %
1	2	3	4	5
1	Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства, из них:	110,0	571,1	519,3
1.1.	Поддержка субъектов МСП в монопрофильных муниципальных образованиях	7,8	19,0	243,6
1.2.	Предоставления информационно-образовательных услуг субъектам МСП	10,5	12,7	121,0
1.3.	Гарантийный фонд	15,0	30,5	203,3
1.4.	Прочие мероприятия (текущее содержание ОГБУ "ББРИЦ", микрофинансирование)	16,0	19,4	121,3
1.5.	Развитие частных промышленных зон	20,7	260,4	1258,0
1.6.	Программа 500/10000	40,0	40,0	100,0
1.7.	Создание и (или) развитие инфраструктуры поддержки субъектов МСП	0	98,3	
1.8.	Создание и (или) развитие Центра "Мой бизнес"	0,0	84,3	
1.9.	Популяризация предпринимательства	0,0	6,5	
2	Развитие промышленности	131,7	36,7	27,9
3	Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса	7,4	7,4	100,0
	ВСЕГО	249,1	615,4	247,0

Ввиду необходимости повышения эффективности финансирования инвестиционных проектов необходимо осуществлять совершенствование планирования использования активов и оценку эффективности инвестиций.

В качестве методов, способствующих совершенствованию оценки финансирования инвестиционных средств, предлагается внедрить следующие способы:

На прединвестиционной стадии жизненного цикла проекта, когда известны только прогноз потребных инвестиций и прогноз ожидаемого операционного потока, включая источники финансирования, производится оценка общественной и коммерческой экономической эффективности проекта в целом. В качестве основных показателей, используемых для расчетов экономической эффективности инвестиционных проектов в целом на прединвестиционной стадии, рекомендуются:

- чистая дисконтированная стоимость проекта (net present value, NPV);
- внутренняя норма доходности;

Чистая дисконтированная стоимость может осуществляться на методологии дисконтирования денежных потоков:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1 + R)^t} \quad (1)$$

, где n, t — количество временных периодов, CF — денежный поток (Cash Flow), R — стоимость капитала (ставка дисконтирования, Rate).

Внутренняя норма доходности (IRR) — это ставка процента, при которой приведенная стоимость всех денежных потоков инвестиционного проекта (т.е. NPV) равна нулю. Внутренняя норма доходности является показателем, который характеризует возврат инвестиции, но не прибыль (проект окупается, но не приносит прибыли). Данный показатель является пороговым, который должен преодолеть инвестиционных проект в части ставки дисконтирования. На качество прогнозирования данных ставок влияет методика и квалификация персонала. Ставка дисконтирования в свою очередь должна иметь несколько сценариев развития.

При отчете о реализации проекта команда данного проекта будет осуществлять свою деятельность в жестких рамках, согласно которым аналитики не могут позволить себе чрезмерное завышение ставки дисконтирования (приведет к снижению рентабельности большего числа проектов), а также необоснованное занижение ставки дисконтирования (занижение приведет к необъективной оценке рыночной конъюнктуры и фактическому отклонению прогнозных значений по выручке и окупаемости проекта)

$$IRR = r_1 + \frac{NPV(r_1)}{NPV(r_1) - NPV(r_2)} \times (r_2 - r_1) \quad (2)$$

, где $NPV(1)$ — это приведенная стоимость проекта с одним прогнозным сценарием, $NPV(2)$ — приведенная стоимость проекта с иным прогнозным сценарием, r — ставка дисконта.

Также для осуществления альтернативной оценки эффективности реализации проекта является оценка средневзвешенной стоимости капитала с учетом субсидий, оценочной стоимости капитала владельца проекта,

привлеченных кредитов и иных источников финансирования. Необходимо осуществить вычисление данного показателя для сопоставления результатов расчетов средневзвешенной стоимости капитала с прогнозируемой ставкой внутренней нормой доходности, которая определяется по аналогии со ставкой дисконта.

$$WACC = \frac{E}{(D + E)} * X + \frac{D}{(D + E)} * Y \quad (3)$$

, где D – сумма заемного(привлеченного) капитала, руб., E – сумма собственного капитала, руб., X – требуемая или планируемая доходность от собственного капитала, %, Y – стоимость заёмных средств, %.

Альтернативный способ расчета средневзвешенной оценки капитала с учетом ставки налогообложения представлена ниже:

$$WACC = K_d * (1 - T) * \frac{E}{(D + E)} * K_e + \frac{D}{(D + E)} \quad (4)$$

, где k_d – рыночная ставка по используемому компанией заемному капиталу, %; T – ставка налога на прибыль, доли ед.; k_e – рыночная (требуемая) ставка доходности собственного капитала компании, %.

В перечень обязательных показателей, которые оценивают эффективность проектов с использованием бюджетных и заемных средств, с учетом дисконтирования доходов необходимо включить коэффициент возврата инвестиций (Return On Investment – ROI).

$$ROI = \frac{R - CP}{I} * 100\%$$

, где R – выручка от реализации проекта. где CP – себестоимость проекта, I – сумма инвестиций.

Вышеуказанные показатели необходимо включить в перечень необходимой документации к (5) для оценки его эффективности. Ввиду ожесточения конкуренции за привлечения капитала, оптимизации бюджетных расходов необходимо определять эффективность проектов через управление рисками и оценку их окупаемости. При реализации проекта на основании расчетов при управлении рисками и стоимостью проекта представлена возможность оценка качества планирования, и прогнозировании объемов реализации, себестоимости и рисков проекта. Аудит эффективности финансирования в рамках проектного управления должен происходить на этапах планирования, реализации и завершения проекта. Оценка непосредственно качества планирования и управления ресурсами проекта, экономически эффективных решений, что позволит повысить эффективность от использования бюджетных средств при финансировании проектов. В свою очередь реализацию проектов должна соответствовать документам стратегического планирования, в которых отражены приоритеты развития региона выделены ключевые риски и заложено финансирование в государственных программах Белгородской области. Аудит должен давать объективную и достоверную оценку

соответствия заявленных целей и задач проектов по отношению к задач заложенных в стратегии социально-экономического развития.

Библиографический список

1. Воробьев Ю.Н., Борщ Л.М. Финансовая система: комплексный подход в контексте государственной финансовой политики // Финансы: Теория и Практика. 2018. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovaya-sistema-kompleksnyy-podhod-v-kontekste-gosudarstvennoy-finansovoy-politiki> (дата обращения: 11.01.2019).
2. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года: Постановление Правительства Белгородской области от 25 января 2010 года № 27-пп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство»
3. Шевченко Р.Н., Ваганова О.В., Шевченко М.В. Об основных направлениях формирования бюджета Белгородской области // Научный результат. Серия «Экономические исследования». 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-osnovnyh-napravleniyah-formirovaniya-byudzheta-belgorodskoy-oblasti> (дата обращения: 11.01.2019).
4. Зиновьева Н.М., Карайченцева Е.Г. Инвестиционный потенциал региона как основа обеспечения инвестиционной активности (на примере Белгородской области) // Территория науки. 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnyy-potentsial-regiona-kak-osnova-obespecheniya-investitsionnoy-aktivnosti-na-primere-belgorodskoy-oblasti> (дата обращения: 11.01.2019).
5. Об областном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов : Закон Белгородской области от 19 декабря 2018 года № 337 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 338.24

Батьковский М.А., Кравчук П.В., Стяжкин А.Н. Основные показатели оценки качества инновационного развития предприятий радиоэлектронной промышленности Key indicators for assessing the quality of innovation development enterprises of electronic industry

Батьковский Михаил Александрович

кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник,
Научно-испытательный центр «Интелэлектрон»,
г. Москва, Российская Федерация.

Кравчук Павел Васильевич

доктор экономических наук, профессор, коммерческий директор,
Научно-испытательный центр «Интелэлектрон»,
г. Москва, Российская Федерация.

Стяжкин Александр Николаевич

кандидат экономических наук, начальник отдела,
Центральный научно-исследовательский институт «Электроника»,
г. Москва, Российская Федерация.

Batkovsky Michael A.

PhD in Economics, Leading Researcher,
JSC "Intelelectron Research Center,"
Moscow, Russian Federation

Kravchuk Pavel V.

Doctor of Economics, Professor, Financial Director,
JSC "Intelelectron Research Center,"
Moscow, Russian Federation

Styazhkin Alexander N.,

PhD in Economics, Head of Department,
Central Research Institute "Electronics",
Moscow, Russian Federation.

***Аннотация.** Целью исследования является анализ качества инновационного развития предприятий отрасли, имеющей самые высокие показатели инновационной активности среди всех отраслей российской экономики. Данная задача, в период снижения темпов экономического развития страны и усиления негативных тенденций в экономических отношениях России с рядом зарубежных стран, стала особенно актуальной. Методология ее решения базируется на использовании методов экономического анализа. Объектом исследования является инновационное развитие предприятий радиоэлектронной промышленности. В ходе исследования построена система сбалансированных показателей оценки качества данного развития. Представлены основные результаты проведенной оценки.*

Ключевые слова: инновационное развитие, радиоэлектронная промышленность, предприятие, показатели, качество, оценка.

Abstract. *The aim of the study is to analyze the quality of innovative development of enterprises in the industry, which has the highest rates of innovative activity among all sectors of the Russian economy. This task, in the period of a slowdown in the country's economic development and the strengthening of negative trends in Russia's economic relations with a number of foreign countries, has become particularly relevant. The methodology for its solution is based on the use of economic analysis methods. The object of the research is the innovative development of enterprises of the electronic industry. The object of the research is the innovative development of enterprises of the electronic industry. In the course of the study, a balanced scorecard for assessing the quality of this development was built. The main results of the assessment are presented.*

Keywords: *innovative development, radio-electronic industry, enterprise, indicators, quality, score.*

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение

В России радиоэлектронная промышленность (РЭП) является одной из ключевых отраслей экономики. Она тесно связана с оборонно-промышленным комплексом [1; 2]. Это является одновременно и сильной и слабой стороной отрасли: с одной стороны, имеется стабильный спрос на продукцию радиоэлектронной промышленности, с другой стороны исторически сложилось, что производители отечественной радиоэлектронной продукции не были ориентированы в достаточной мере на гражданский сектор, лишая тем самым себя большой доли средств, которые можно было бы направить на дальнейшее инновационное развитие, проведение НИОКР и т.д. [3]. Тем самым предприятия радиоэлектронной промышленности сами себя ограничили в возможностях для дальнейшего развития и сделали себя зависимыми от государственного финансирования, которое в течение долгого времени не могло полностью удовлетворить потребности промышленности [4; 5; 6]. Поэтому импортные изделия постепенно захватили отечественный гражданский сектор радиоэлектронных товаров.

Зарубежные производители, начиная свой путь с разработок для оборонной промышленности, относительно давно прошли путь от военного сектора до гражданского, который стал для них основой их роста и развития [7; 8].

В России радиоэлектронной промышленности данный путь только предстоит преодолеть, но в условиях, отличающихся от зарубежных, в период действия экономических санкций. Решить указанную задачу невозможно без ускорения инновационного развития предприятий РЭП и помощи государства [9; 10].

Анализ качества инновационного развития предприятий радиоэлектронной промышленности в 2007-2017 годы

Благодаря повышению производительности труда в рассматриваемом периоде выработка инновационной продукции (ИП) на одного работника на предприятиях РЭП значительно возросла. Если в 2007 г. она составляла в среднем 155,4 тыс. руб./чел., то в 2017 г. – уже 735,8 тыс. руб./чел. На инновационно-

активных предприятиях отрасли выработка инновационной продукции в 2017 г. на одного работника составила еще большую величину – 979,6 тыс. руб./чел. По видам затрат на инновации лидирующие позиции занимают в радиоэлектронной промышленности затраты на технологические инновации, доля которых в общем объеме составила в 2007 г. – 95,2%, а в 2017 г. – 99,3%. Затраты на маркетинговые и организационные инновации на предприятиях РЭП были незначительными. Так, в 2007 г. эти затраты составили всего 4,8%, а в 2017 г. – 0,7% в общих затратах на инновации.

Среди технологических инноваций по объемам затрат выделяются затраты на продуктовые инновации: в 2007 г. – 75,8%. от общего объема затрат на технологические инновации, а в 2017 г., соответственно, – 87,2%. Затраты на процессные инновации составили в 2007 г. 24,2% и в 2017 г. – 12,8%. Осуществление в РЭП значительных объемов затрат на внедрение технологических инноваций привело к существенному росту объемов производства инновационной продукции, создаваемой предприятиями отрасли (в 2007-2017 гг. в 5 раз). В результате было обеспечено изменение качественных показателей инновационного развития предприятий радиоэлектронной промышленности (таблица 1) [11;12;13; 14].

Таблица 1

**Динамика основных показателей инновационного развития
предприятий РЭП в 2007 – 2017 годы**

Отрасль	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Технологическая новизна отгруженной промышленной продукции, %											
РЭП	30,3	30,8	23,7	30,3	33,6	31,3	34,3	38,8	31,7	32,0	28,3
Технологическая новизна отгруженной инновационной продукции, %											
РЭП	70,2	70,9	68,6	63,4	73,6	66,4	72,9	79,9	79,8	72,3	74,0
Ориентированность производства инновационной продукции на мировой рынок сбыта продукции, %											
РЭП	7,4	8,5	10,4	14,7	26,2	14,6	11,2	3,3	6,4	6,4	5,4
Научоемкость производства инновационной продукции, %											
РЭП	61,0	53,0	51,6	70,5	64,7	73,4	63,6	60,9	57,4	79,4	79,8
Доля затрат на технологические инновации за счет собственных средств предприятий, %											
РЭП	39,4	36,6	35,8	24,6	29,5	26,4	34,3	38,0	37,0	34,0	26,3
Доля затрат на технологические инновации из средств федерального бюджета, %											
РЭП	45,9	33,4	37,9	52,5	49,8	57,8	48,6	42,3	45,7	50,1	62,0
Экономическая эффективность производства инновационной продукции, руб.											
РЭП	2,48	2,54	2,59	2,39	2,33	1,78	1,82	2,70	2,16	2,39	2,23
Инновационная активность промышленных предприятий, %											
РЭП	67,4	70,4	63,6	65,6	70,8	77,2	79,7	77,6	74,7	77,9	62,4

Источник: составлено авторами по данным статистической отчетности предприятий РЭП и материалов, опубликованных в открытой печати

Важнейшими показателями, характеризующими качество инновационного развития предприятий РЭП в современных условиях, являются:

А) Технологическая новизна отгруженной промышленной продукции

Данный показатель входит в систему критериев оценки эффективности инновационной деятельности предприятий. Он характеризует уровень технологической прогрессивности производимой промышленной продукции [15]. Показатель определяется как доля отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции собственного производства, что соответствует инновационному уровню отгруженной продукции. Технологическая новизна отгруженной потребителям промышленной продукции (доля инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции) снизилась в рассматриваемом периоде с 30,3% до 28,3%.

Среди подотраслей РЭП наибольший уровень технологической новизны отгруженной промышленной продукции в рассматриваемый период наблюдался у предприятий промышленности средств связи (ПСС) - 38,0-41,2%, далее следует электронная промышленность (ЭП) - 23,3-29,5%, а наименьший – у предприятий радиопромышленности (РП) - 30,3-24,4% (рис. 1) [16; 17; 18].

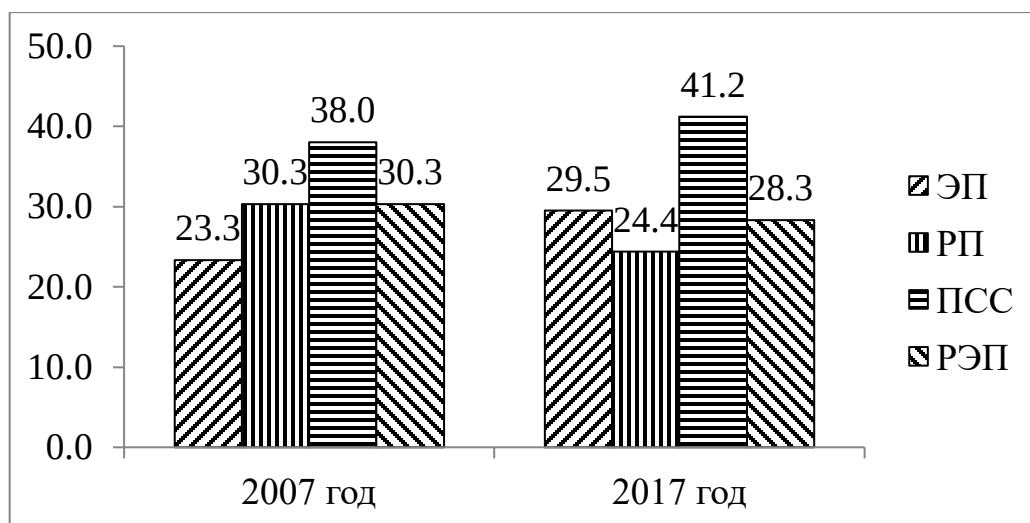


Рисунок 1. Изменение показателя технологической новизны отгруженной промышленной продукции в 2017 г. по сравнению с 2007 г., %

Б) Технологическая новизна отгруженной инновационной продукции

Показатель технологической новизны инновационной продукции характеризует уровень технологической прогрессивности производимой инновационной продукции, который зависит от масштаба внедрения результатов НИОКР в ее производство [19]. Он определяется как доля технологически новой продукции (т.е. вновь внедренной или значительно измененной) в общем объеме отгруженной инновационной продукции. Для предприятий РЭП характерен очень высокий уровень технологической новизны инновационной продукции. Его величина - 74,0%, значительно превышает значение данного показателя по отечественной промышленности в целом (около 15%). Это обстоятельство характеризует

наукоемкость и высокотехнологичность инновационной продукции, создаваемой в радиоэлектронной промышленности. Удельный вес усовершенствованной инновационной продукции в общем объеме инновационной продукции составил в 2017 г. 26,0%. Данная структура отражает технологическую специфику РЭП в целом. При этом налицо явный крен в сторону производства технологически новой инновационной продукции [20].

В) Экспортоориентированность производства инновационной продукции

В таблице 2 приведены соответствующие данные по технологической и рыночной структуре производства инновационной продукции по радиоэлектронной промышленности в целом в 2017 году [21].

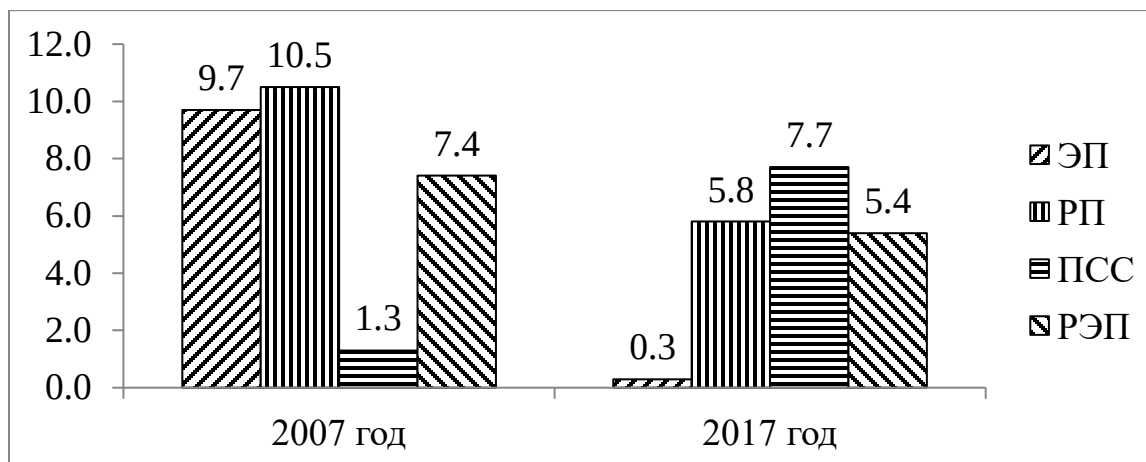
Таблица 2

Технологическая и рыночная структуры производства
инновационной продукции на предприятиях РЭП в 2017 году

Наименование	Единица измерения	Показатели технологической структуры инновационной продукции, в том числе:		
		Инновационная продукция, всего	Инновационная продукция новая или значительно измененная	Инновационная продукция усовершенствованная
Общий объем ИП (удельный вес в %)	%	100,0	74,0	26,0
в том числе:				
Удельный вес ИП, поставляемой за пределы РФ в общем объеме ИП	%	5,4	2,7	13,2
Удельный вес ИП, поставляемой за пределы РФ в страны СНГ в общем объеме ИП	%	1,5	0,1	5,6

Источник: составлено авторами по данным статистической отчетности предприятий РЭП и материалов, опубликованных в открытой печати

Несмотря на имеющийся в РЭП существенный научно-технический промышленный потенциал, экспортоориентированность производства инновационной продукции в РЭП остается пока очень низкой [22]. Так, в 2017 году инновационная продукция, поставленная за пределы Российской Федерации, составила лишь 5,4% от общего объема инновационной продукции (рис. 2).



Источник: составлено авторами по данным статистической отчетности предприятий РЭП и материалов, опубликованных в открытой печати

Рисунок 2. Ориентированность производства инновационной продукции на мировой рынок сбыта

Наибольшие объемы поставок за пределы Российской Федерации составляла усовершенствованная ИП – 13,2%, инновационная продукция, вновь внедренная или значительно измененная, составила меньшую величину – 2,7%.

Анализ качественных показателей инновационного развития предприятий РЭП показал, что для радиоэлектронной промышленности характерна очень высокая концентрация производства инновационной продукции на экспорт: на 5 ведущих предприятиях отрасли производится почти половина всей экспортной инновационной продукции.

Выводы

Занимая в конце 80-ых годов прошлого века одну из лидирующих позиций в мировом производстве радиоэлектронной продукции, после развала Советского Союза российская радиоэлектроника пережила тяжелый период своего развития в крайне неблагоприятных условиях. В результате резкого падения объемов производства и снижения конкурентоспособности создаваемых товаров, отечественные потребители переориентировались на импортную продукцию. Государство было лишено возможности оказывать существенную поддержку отрасли, что привело к ее отставанию от зарубежных конкурентов. Для преодоления указанного отставания необходимо резко активизировать инновационную деятельность предприятий РЭП. Решение данной задачи требует, в свою очередь, развития инструментария управления данной деятельностью, включая оценку ее качества [23; 24].

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, в рамках научного проекта № 18-00-00012 (18-00-00008) КОМФИ.

Библиографический список

1. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Калачанов В.Д. Оптимизация процессов концентрации и специализации производства продукции в оборонно-промышленном комплексе. // Радиопромышленность. 2014. № 3. - С.171-181.
2. Avdonin B.N., Batkovsky A.M., Batkovsky M.A. Optimization of use of production capacity of defense-industrial complex. // Статистика и Экономика. 2014. № 2. - С. 147-150.
3. Батьковский А.М., Булава И.В., Мингалиев К.Н. Макроэкономический анализ уровня и возможностей финансового обеспечения военной безопасности России. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2009. № 21. - С. 58-65.
4. Мингалиев К.Н., Батьковский А.М., Батьковский М.А., Булава И.В., Божко В.П., Пустовитова Т.И., Трейгер Е.М., Ярошук М.П. Финансовое оздоровление предприятий в условиях рецессии и посткризисного развития российской экономики (теория и инструментарий). / Под ред. К.Н. Мингалиева. - М.: МАОК, 2010. - 339 с.
5. Резник Е.П., Авдеева Е.С., Денисов Д.Д. Стратегия новой индустриализации. // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 12. - С. 1429-1440 DOI: 10.18334/rp.17.12.35368.
6. Трофимов О.В., Ефимычев Ю.И., Ефимычев А.Ю., Шипилов А.Г. Проблемы повышения эффективности функционирования радиоэлектронной промышленности России в современных условиях. // Российское предпринимательство. 2014. № 3 (249). - С.89-100.
7. White Margaret A., Bruton Garry D. The management of technology and innovation: Cengage South-Western, 2006. - 432 pp.
8. Dess G., McNamara G. Strategic management: Text and cases: McGraw – Hill Companies. 2012. - 912 p.
9. Батьковский А.М., Булава И.В., Ярошук М.П. Анализ инновационных проектов при формировании программы инновационного развития экономической системы. // Креативная экономика. 2009. № 11. - С. 71-74.
10. Устинова Л.Н., Устинов А.Э. Современные проблемы инновационного развития предприятия. // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 2. - С. 431-444.
11. Балашова К.В. Анализ инновационного развития предприятий радиоэлектронной промышленности. // Центральный научный вестник. 25 августа 2018 г. Том 3. № 15-16 (56-57). - С. 64-65 <http://cscb.su/n/031501.pdf>.
12. Рейтинг организаций радиоэлектронной промышленности. 2018. // АО «ЦНИИ «Электроника», «Электроника, Наука, Технология, Бизнес», «БДО Юникон». [Электронный ресурс]: http://instel.ru/upload/iblock/0b9/reiting_design_mail.pdf (дата обращения 21.12.2018).
13. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Мерзлякова А.П. Прогнозирование инновационного развития предприятий радиопромышленности. // Радиопромышленность. 2011. № 3. - С. 32-42.
14. Яшин С.Н., Амбарцумян А.Э., Лапшина Е.Н. Интегральная оценка инновационного развития

предприятия как основа принятия управленческих решений. // Креативная экономика. 2018. Т. 12. № 2. – С. 167-176. DOI: [10.18334/ce.12.2.38813](https://doi.org/10.18334/ce.12.2.38813).

15. Ганин А.Н. Внедрение в производство инновационных технологий как основной фактор экономического роста предприятий радиоэлектронного комплекса. // Вопросы инновационной экономики. 2017. Т. 7. № 1. - С. 23-30.

16. Ширяева Ю.С., Перцева Л.Н., Лапшина Е.Н., Лапшин Е.А. Некоторые подходы к оценке инновационного развития предприятия. // Креативная экономика. 2017. Т. 11. № 8. - С. 855-862.

17. Балашова К.В. Оценка уровня инновационного развития предприятия радиоэлектронной промышленности. // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. Доступ: <http://edrf.ru/article/08-05-18>.

18. Батьковский А.М. Моделирование программ инновационного развития радиоэлектронной промышленности. // Вопросы радиоэлектроники. 2011. Т. 2. № 2. - С. 163-173.

19. Jaffe A.B., Lerner J.A. Innovation Policy and the Economy. Cambridge, MIT Press, Ltd, 2006. – 231 pp.

20. Батьковский А.М. Общая характеристика инновационной деятельности экономических систем. // Экономические отношения. 2012. № 1. - С. 3-8.

21. Портрет Российской радиоэлектроники. // АО ЦНИИ «Электроника». 2018. [Электронный ресурс]: http://www.instel.ru/news/single.php?ELEMENT_ID=932 (дата обращения 21.12.2018).

22. Батьковский А.М. Модели формирования и оценки программы инновационного развития экономической системы. // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. № 9 (51). - С. 14-23.

23. Илышева Н.Н., Крылов С.И. Учет, анализ и стратегическое управление инновационной деятельностью. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 216 с.

24. Соменкова Н.С. Совершенствование методики оценки эффективности инновационного развития предприятия. // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 6. – С. 945-956 DOI: [10.18334/rp.18.6.37657](https://doi.org/10.18334/rp.18.6.37657).

УДК 338.24

Батьковский М.А., Кравчук П.В. Создание системы мониторинга
деятельности инновационно-активных предприятий
Creating a system of monitoring the activity of innovative-active enterprises

Батьковский Михаил Александрович

кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник,
Научно-испытательный центр «Интелэлектрон»,
г. Москва, Российская Федерация.

Кравчук Павел Васильевич

доктор экономических наук, профессор, коммерческий директор,
Научно-испытательный центр «Интелэлектрон»,
г. Москва, Российская Федерация.

Batkovskiy Michael A.

PhD in Economics, Leading Researcher,
JSC "Intelelectron Research Center,"

Moscow, Russian Federation

Kravchuk Pavel V.

Doctor of Economics, Professor, Financial Director,
JSC "Intelelectron Research Center,"
Moscow, Russian Federation

Аннотация. В статье рассмотрены методологические основы и инструментарий внедрения систем мониторинга деятельности инновационно-активных предприятий, использование которых обеспечивает повышение эффективности управления данными предприятиями. Актуальность рассматриваемой проблемы обусловлена недостаточной разработанностью научно-методической базы мониторинга деятельности предприятий, т.к. в настоящее время отсутствуют его общепризнанная концепция, единая терминология и т.д., что снижает эффективность применения мониторинга на практике. Определены различные варианты создания данной системы и принципы ее формирования.

Ключевые слова: инновационно-активное предприятие, деятельность, система мониторинга, показатели, технология, организация.

Abstract. The article discusses the methodological foundations and tools for the implementation of systems for monitoring the activity of innovatively active enterprises, the use of which provides an increase in the efficiency of management of these enterprises. The urgency of the problem under consideration is due to the insufficient development of the scientific and methodological basis for monitoring the activities of the enterprises in question, because currently, there is no universally accepted concept, common terminology, etc., which reduces the effectiveness of its application in practice. Various options of creation of this system and the principles of its formation are defined.

Keywords: innovation-active enterprise, activity, monitoring system, indicators, technology, organization.

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение

Мониторинг является научной концепцией и практическим инструментарием системного управления предприятием, в основе которого лежит стремление обеспечить его долгосрочное эффективное развитие. С нашей точки зрения данная система должна быть ориентирована на решение целого комплекса задач:

- поиск оптимальных управленческих решений, максимально соответствующих достижению целей предприятия;
- увязку систем планирования, контроля и информационного обеспечения инновационной деятельности предприятия, а также их развитие и адаптацию к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды предприятия;
- своевременное выявление потенциальных и реальных проблем, возникающих при выполнении инновационных проектов, распределении ресурсов и др. [1; 2].

Существующее многообразие видов мониторинга порождает проблему выбора оптимальных решений при его внедрении на предприятиях.

Методы исследования

В процессе разработки и внедрения системы мониторинга на инновационно-активных предприятиях целесообразно, с нашей точки зрения, применение таких подходов к проведению преобразований, как: «малыми шагами»; «планируемая эволюция», «кардинальные изменения». Подход к внедрению мониторинга «малыми шагами» предполагает постепенные незначительные изменения в старой структуре управления с плавным продвижением к достигаемой цели преобразований. В то же время необходимо учитывать, что ввиду низких темпов внедрения изменений существует риск неприемлемого увеличения сроков процесса трансформации системы управления предприятием и, в конечном итоге, - его полной остановки. Метод «кардинальных изменений» предполагает осуществление значительных перестроек существующей системы управления предприятием в сжатые сроки. В результате реализации такого подхода возможно быстрое внедрение элементов системы мониторинга на предприятии, но при этом велика вероятность значительного сопротивления со стороны его сотрудников изменениям привычных принципов работы. Подход, получивший название «планируемая эволюция», сочетает в себе преимущества двух описанных выше подходов, что позволяет существенно снизить риски, возникающие при внедрении системы мониторинга на предприятии.

Разработка и внедрение системы мониторинга на инновационно-активном предприятии представляет собой комплексное мероприятие, требующее глубокого всестороннего предварительного анализа [3]. Реализация данного мероприятия является весьма сложным процессом, подготовку которого целесообразно осуществлять поэтапно. Предлагается следующая последовательность мер по реализации процесса разработки и внедрения системы мониторинга деятельности инновационно-активного предприятия:

- на первом этапе осуществляется разработка общей организационной структуры системы мониторинга предприятия;
- второй этап мониторинга представляет собой формирование системы контрольно-аналитических

расчетов;

- третий этап предлагаемого алгоритма разработки и внедрения системы мониторинга на инновационно-активном предприятии заключается в интеграции системы мониторинга в общую структуру управления организацией;

- четвертый этап алгоритма разработки и внедрения системы мониторинга на инновационно-активном предприятии подразумевает формирование системы показателей контроля и области возможных управленческих решений по распределению ресурсов предприятия.

По нашему мнению, отход от реализации данного алгоритма разработки и внедрения системы мониторинга приведет к увеличению затрат и необходимости внесения исправлений и корректировок [4]. При разработке общей организационной структуры системы мониторинга инновационно-активного предприятия роль службы мониторинга должна, по нашему мнению, состоять, в первую очередь, в обеспечении ответственности за результаты деятельности различных подразделений предприятия с точки зрения реализации ими соответствующих проектов. Ответственные специалисты в области мониторинга должны обладать возможностями по своевременному обмену требуемой информацией, а также иметь необходимые полномочия для непосредственного взаимодействия с целью координации деятельности подразделений предприятия в процессе планирования, своевременного обнаружения несоответствия значений плановых и фактических показателей, а также оперативной реализации необходимых мер для устранения данных несоответствий. Служба мониторинга должна, по нашему мнению, играть ключевую роль в реализации его функций на предприятии. С этой целью она должна получать различные аналитические отчеты и справки, а также обеспечивая координацию деятельности различных специалистов, занимающихся управленческой деятельностью.

Необходимо учитывать, что методология мониторинга может быть применена на различных этапах жизненного цикла высокотехнологичной наукоемкой продукции (начиная от разработки и производства и заканчивая послепродажным обслуживанием). В рамках системы мониторинга на предприятии могут одновременно функционировать группы проектного и функционального мониторинга, причем количество и структура групп в составе службы мониторинга определяется числом контролируемых функций (финансы, маркетинг, логистика и др.) и спецификой каждого конкретного инновационно-активного предприятия.

Результаты исследования и их обсуждение

Наиболее эффективной структурой для системы мониторинга инновационно-активного предприятия, включающей в свой состав одновременно группы проектного и функционального мониторинга, может, по нашему мнению, быть линейно-штабная структура [5]. Актуальность и высокий приоритет задач, на решение которых должна быть ориентирована служба мониторинга, предопределяет ее значимость в системе управления предприятием. С целью обеспечения максимально эффективного информационного обеспечения управленческих решений формируемая на предприятии система мониторинга должна, по нашему мнению, находиться в подчинении его высшего руководства. В современных условиях,

характеризующихся высокой неопределенностью внешней среды, быстрыми и сложно поддающимися прогнозированию изменениями в различных сферах деятельности человека, современное инновационно-активное предприятие, являющееся, по сути, сложной научно-производственной системой, ориентированной зачастую на параллельную реализацию множества так или иначе связанных между собой инновационных проектов, может нуждаться в данной системе со своими выделенными специфическими задачами. Данные задачи могут определяться как реализацией отдельных проектов, так и деятельностью предприятия в целом. Таким образом, представляется целесообразным формирование отдельных подсистем в рамках системы мониторинга инновационно-активного предприятия.

В процессе формирования системы мониторинга на инновационно-активном предприятии представляется целесообразным осуществление комплексного анализа как внутренних, так и внешних факторов, влияющих на его деятельность. Среди первых факторов следует выделить масштабы предприятия; специфику его функционирования; используемые технологии производства; численность и компетентность персонала и т.д. К внешним факторам можно отнести текущее состояние национальной и мировой экономики; актуальные приоритеты государственной политики в сфере науки и технологий; объемы и регулярность финансирования наукоемких отраслей промышленности; развитие технологий и др. [6].

Выбор комплекса внешних факторов, мониторинг которых осуществляется рассматриваемой системой мониторинга, определяет число специалистов внешнего мониторинга, а также необходимые им знания и компетенции, требующиеся для успешного решения поставленных перед службой задач, основной из которых является информационная поддержка управленческой деятельности. С целью обеспечения эффективной реализации функций контроля и надзора на инновационно-активном предприятии представляется необходимым задействовать силы отдельных специалистов либо их групп в рамках решения задач проектного мониторинга. Количество указанных специалистов зависит от общего числа реализуемых на предприятии проектов, а также сложности соответствующих бизнес-процессов. Поскольку система мониторинга действует при постоянных изменениях как внутренних, так и внешних условий деятельности предприятия, то она должна функционировать как единое целое.

Следовательно, содержание понятия «внедрение системы мониторинга» предполагает определение ее внутренней структуры, внешнего окружения, механизма функционирования и т.д. Функции мониторинга (такие как измерение, контроль, оценка и др.), реализация которых осуществляется в процессе управления инновационно-активным предприятием, осуществляются, как правило, комплексно [7]. В результате возникает необходимость в более четкой трактовке процесса и инструментов мониторинга. С этой целью необходимо рассматривать и внешнюю среду системы мониторинга, которая представляет собой совокупность объектов и факторов (экономических, политических, правовых, технических, социальных и экологических), изменение состояния которых может повлиять на цели системы и ее элементов. На систему мониторинга данные факторы влияют в разрезе выбора оптимальных решений по формированию сырьевой базы деятельности инновационно-активного предприятия, а также рационального состава и структуры

портфеля заказов.

Факторы, связанные с внутренней средой предприятия, оказывают существенное влияние на оперативный мониторинг, позволяющий регулировать расхождения параметров, которые возникают в процессе управления инновационно-активным предприятием. Вход и выход системы мониторинга относится к ее внешнему окружению, так же, как и обратная связь системы с внешней средой. На входе системы мониторинга определяющую роль играют цели деятельности предприятия и информационные потоки. Информационные потоки отражают данные относительно условий и параметров внешней и внутренней среды инновационно-активного предприятия, которые выступают основой реализации функций управления его деятельностью [8].

Рассматривая выход системы мониторинга, можно отметить, что в соответствии с ориентацией на цели и конечные результаты деятельности предприятия, в качестве выходных данных следует рассматривать, качественные и количественные показатели управленческих решений. Данная система позволяет осуществлять контроль значений целевых параметров управления, с помощью которого выявляются отклонения и устанавливаются пределы недостаточно эффективной деятельности предприятия. Сами по себе отклонения представляют собой оперативные сигналы, свидетельствующие о возникновении сбоев в функционировании инновационно-активного предприятия, что позволяет достаточно оперативно реагировать и устранять недостатки в его деятельности [9]. При этом, как правило, используются контрольно-аналитические расчеты, которые представляет собой совокупность определенных операций и процедур выявления:

- периодов времени для осуществления контроля целевых параметров управления;
- допустимых значений отклонений;
- основных причин отклонений;
- степени влияния отклонений на достижение установленных целей и др.

Процедура контроля посредством сопоставления значения плановых показателей с их фактическими значениями позволяет определить величину отклонения показателя от его запланированной величины за определенный период времени. Необходимо, чтобы в системе мониторинга управленческая информация была сопоставима по времени и по содержанию. В таком случае контрольная функция будет распределена по исполнителям и ресурсам, а тенденции - своевременно выявлены и устранены или развиты (в зависимости от их характера). Определение временных пределов контроля предполагает учет скорости реагирования на возникающие изменения деятельности инновационно-активного предприятия, которая необходима для достижения поставленных целей предприятия.

Установление величиной отклонений не является достаточным основанием для принятия управленческих решений, поскольку возникает необходимость осуществления оценки разногласий целевых параметров, на основании которой может быть установлена причина их возникновения и возможные последствия. Поэтому должны быть установлены пределы значений отклонений целевых параметров

управления или коридор отклонений с учетом временных промежутков осуществления контроля. Превышение пределов означает необходимость анализа и дальнейшего регулирования.

В соответствии с особенностями целевых параметров управления, оценка отклонений может осуществляться качественно и количественно, что предполагает необходимость определения предельных значений в коридоре отклонений качественного и количественного характера. Качественная сторона предполагает использование специалистами, осуществляющими мониторинг, собственного профессионального суждения с целью определения значимости выявленных отклонений. Количественная сторона оценки основывается на определении величины отклонения от количественного значения рассматриваемого показателя. Следовательно, оценка существенности отклонений в системе мониторинга позволяет определить вероятность достижения целей деятельности инновационно-активного предприятия.

Независимо от того, какой из рассмотренных вариантов внедрения системы мониторинга на предприятии выбран, важной частью реализации проекта ее создания является разработка соответствующей программы подготовки и обучения персонала предприятия (в том числе не задействованного в самой системе мониторинга). Указанная программа предполагает подготовку сотрудников предприятия к изменениям, связанным с внедрением системы мониторинга и должна носить ознакомительный и разъяснительный характер. Кроме того, следует сформулировать положения о службе мониторинга на предприятии.

Как показывает практика, при внедрении системы мониторинга деятельности инновационно-активного предприятия, остро стоит проблема определения основных принципов создания данной системы. Исходя из анализа различных источников и практики создания систем мониторинга, предлагается использовать следующие принципы [10; 11]:

Принцип вариантности, сущность которого состоит в необходимости рассмотрения различных способов достижения поставленных целей при выборе решений, касающихся разработки и внедрения системы мониторинга. В качестве альтернативных решений могут выступать: базовый вариант системы мониторинга; потенциально достижимый вариант; оптимальный вариант.

Следующий принцип внедрения системы мониторинга на инновационно-активных предприятиях - *принцип сопоставления результатов и затрат*. Его суть состоит в том, что оценку эффективности данной системы необходимо осуществлять на базе сравнения эффекта, достигаемого на основании ее использования, и затрат на ее внедрение.

Одним из наиболее важных принципов внедрения мониторинга на инновационно-активном предприятии является *принцип удовлетворения потребностей*, суть которого состоит в выборе критериев оценки принимаемых решений на основании их соответствия требованиям, предъявляемым со стороны потребителей системы. Основными требованиями, которые предъявляются при внедрении системы мониторинга, являются следующие;

- совершенствование производственного процесса, улучшение оборудования и технологии;
- повышение финансовой устойчивости предприятия;

- охват предприятием новых сегментов рынка;
- обеспечение экономической безопасности предприятия;
- получение поддержки со стороны государственных органов и т.д.;
- создание новых или сохранение существующих рабочих мест;
- повышение суммы покрытия по всем наименованиям продукции предприятия;

Предприятие, внедряющее систему мониторинга, может преследовать как все перечисленные цели одновременно, так и часть из них.

При внедрении системы мониторинга на предприятии обязательно надо учитывать и *принцип иерархии (иерархичность строения)*. Его реализация проявляется, в первую очередь, в структуризации целей создания данной системы для различных ее пользователей. В общем случае цели акционеров предприятия (если оно имеет акционерную форму собственности) сопряжены с целями его руководства (сохранение рабочих мест; гарантированная заработная плата; получение дивидендов в отчетном периоде и т.д.). К основным целям инвесторов относятся: максимизация прибыли на вложенный капитал; получение целевой прибыли за определенный временной интервал; получение целевой прибыли за минимальный срок; получение максимальной прибыли за определенный срок и т.п. Приоритетные задачи менеджмента предприятия заключаются в том, чтобы служба мониторинга «работала» на систему управления его деятельностью. К ним можно отнести: повышение эффективности производственного процесса; совершенствование оборудования; технологий, информационного обеспечения; сохранение существующих рабочих мест и создание новых и т.д. Все указанные цели не могут быть поставлены одновременно. Любая из указанных целей может характеризоваться своими особыми критериями достижения, которые могут значительно отличаться от критериев, применяемых предприятием, акционерами или инвестором. К целям структурных подразделений предприятий при создании системы мониторинга можно отнести: достижение финансовых результатов по отдельным видам продукции, подразделениям и предприятию в целом; четкое разграничение функций мониторинга для дальнейшего стабильного развития предприятия и др. При этом они могут пересекаться с целями среднего и высшего звена управления предприятием. В рамках использования принципа удовлетворения потребностей необходимо в первую очередь выявить, с чьей точки зрения определяется сравнительная экономическая эффективность возможных вариантов внедрения системы мониторинга. В случае наличия нескольких ее потребителей необходимо использовать поведенческий подход системного анализа с учетом вероятного несовпадения интересов. Тем не менее, даже в случае единственного потребителя системы, цели остальных участников экономического процесса накладывают на процесс внедрения системы мониторинга определенные ограничения, ввиду того, что их интересы не всегда совпадают с интересами потребителя.

Суть *принципа многокритериального выбора* системы мониторинга состоит в решении задачи определения оптимального значения наиболее значимого из критериев ее оценки. Существование различных целей в системе имеет, как правило, противоречивый характер, что существенно осложняет процесс выбора

оптимальных решений. Для преодоления данных противоречий представляется целесообразным применение теории многокритериальной оптимизации, в рамках которой (в отличие от оптимизации по единственному критерию) для оценки оптимальности принимаемых решений применяется несколько критериев. Однако, единовременная оптимизация всех критериев представляется весьма затруднительной, что обуславливается определённой альтернативностью целей и соответствующих им результатам, а также ограниченностью имеющихся ресурсов. Применяются различные способы решения указанных задач, один из которых заключается в наделении каждого из критериев определённым весовым коэффициентом для последующего суммирования результатов и получения совокупного критерия. Также распространён способ, в рамках которого критерии предварительно ранжируются (упорядочиваются по важности) с целью дальнейшего последовательного решения нескольких оптимизационных задач.

Следующим принципом, лежащим в основе формирования критериев выбора эффективных решений при внедрении системы мониторинга, имеющим особое значение в современных условиях, является *принцип учета неопределенности и рисков*. Основные факторы неопределенности включают: действия конкурентов; внешнеэкономические факторы; неопределенность финансово-кредитной политики; курс национальной валюты; инфляционные процессы и т.д. Данные факторы существенно повышают уровень риска принятия решений в процессе внедрения системы мониторинга на инновационно-активных предприятиях. Для большинства из них используемые в настоящее время методы управления экономическими процессами должны подвергнуться существенной модернизации, в том числе ввиду неизбежного воздействия на производственный процесс большого числа непредсказуемых факторов.

Заключение

Внедрение системы мониторинга деятельности инновационно-активных предприятий позволяет объединить планирование, финансы, исследования и разработки, маркетинг и другие сферы их деятельности в единую саморегулируемую систему, функционирование которой ориентировано на достижение стратегических целей и способно существенно повысить качество управления ими. Система данного мониторинга позволяет добиться объединения управленческих подсистем и соответствующих им функций управления, что в конечном итоге позволяет обеспечить стабильное и эффективное долгосрочное развитие предприятий.

В настоящее время существующая теория мониторинга недостаточно полно и адекватно отражает особенности его развития на современном этапе, в том числе его роль в процессе управления деятельностью предприятия. Результаты проведенного исследования, представленные в данной статье, свидетельствуют о существовании в системе мониторинга обратной связи, информационного, инструментального и организационного обеспечения. Также следует отметить реализацию ею координирующей и интегрирующей функций, которые реализуются в процессе управления. Необходимость интеграции функций управления обусловлена требованием их оперативной адаптации, а также обеспечения эффективного функционирования инновационно-активных предприятий в современных динамических условиях. Иными словами, интеграция

функций управления в системе мониторинга формирует эффект эмерджентности, когда свойства целого не могут быть сведены к свойствам составляющих его частей, если имеет место их перекомпоновка. Таким образом, влияние составляющих частей системы мониторинга, которое определяется функциональными взаимосвязями, может быть регламентировано и координировано в рамках каждого управленческого процесса и между ними. Также данный эффект позволяет осуществлять обработку и использование новой информации в процессе управления деятельностью инновационно-активными предприятиями.

Следовательно, система мониторинга инновационно-активных предприятий представляет собой взаимодействие процессов учета, планирования, контроля, регулирования и анализа, с учетом приоритетных направлений и целей инновационного развития предприятия, посредством инструментального, методического, организационного и информационного обеспечения.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 18-00-000012
(№18-00-00008) КОМФИ.*

Библиографический список

1. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М. Экономические стратегии развития предприятий радиоэлектронной промышленности в посткризисный период. М.: Креативная экономика, 2011. - 512 с.
2. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Гордейко С.В., Мерзлякова А.П. Оценка экономической устойчивости предприятий оборонно-промышленного комплекса // Аудит и финансовый анализ. – 2011. – № 6. – С. 120-126
3. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Мингалиев К.Н., Батьковский М.А. Развитие инструментария оценки финансовой устойчивости предприятий оборонно-промышленного комплекса // Международный бухгалтерский учет. 2014. № 11 (305). – С. 55–66
4. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Хрусталеv Е.Ю. Оптимизация управления развитием оборонно-промышленного комплекса в современных условиях // Электронная промышленность. 2014. №3 – С. 48-58
5. Батьковский А.М., Клочков В.В., Фомина А.В. Влияние отраслевой структуры на эффективность производства в оборонно-промышленном комплексе // Радиопромышленность. 2015. № 2. – С. 186-201
6. Вареница Ю.И., Кимяев Д.И., Асташев М.Г., Вареница Г.Ю., Гусев В.А., Гусев О.А. Мобильная система удаленного мониторинга последнего поколения как инновационное решение задач оптимизации контроля производства на предприятии оборонно-промышленного комплекса // Вопросы инновационной экономики. 2018. Т. 8. № 2. – С. 327-334. DOI: 10.18334/voprosy.8.2.39189
7. Васин Н.С., Чистяков В.В. Управление устойчивостью предприятия на основе мониторинга и диагностирования его внешней и внутренней среды // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 48 (399). – С. 58-66.
8. Лытнева Н.А., Смирнова Я.В. Эффективное управление инновационно-инвестиционным потенциалом организации на основе системы мониторинга // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 4-4. – С. 785-788.
9. Мингалиев К.Н., Батьковский А.М., Батьковский М.А., Булава И.В., Божко В.П., Пустовитова Т.И., Трейгер Е.М., Ярошук М.П. Финансовое оздоровление предприятий в условиях рецессии и посткризисного развития российской экономики (теория и инструментарий) / Под ред. К.Н. Мингалиева. М.: МАОК, 2010. - 339 с.

10. Полосков С.С., Желтенков А.В., Моттаева А.Б. Методические основы мониторинга инновационного потенциала высокотехнологичных наукоемких предприятий // Экономика и предпринимательство. 2018. № 4 (93). – С. 576-580

11. Ширяева Ю.С., Перцева Л.Н., Лапшина Е.Н., Лапшин Е.А. Некоторые подходы к оценке инновационного развития предприятия // Креативная экономика. 2017. Т. 11. № 8. – С. 855-862. DOI: 10.18334/ce.11.8.38207

УДК 658.7

Дребот А.М., Дребот Н.В. Материально-техническое снабжение
организации: функциональное и процессное содержание
Material and technical supply of the organization: functional and process content

Дребот Александр Михайлович

Старший преподаватель

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Дребот Наталья Владимировна

Магистрант

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Drebot Alexander Mikhailovich

Senior Lecturer, Sevastopol State University

Drebot Natalia Vladimirovna

Master student, Sevastopol State University

Аннотация. В статье рассматриваются соотношение таких категорий, как «логистика», «снабжение», «обеспечение» и теоретические подходы к ним. Раскрываются основные функции материально-технического снабжения организации. Приводятся процессы материально-технического снабжения организации. Выделена специфика материально-технического снабжения бюджетных организаций.

Ключевые слова: логистика, снабжение, обеспечение, закупка, организация

Abstract. The article discusses the relationship between such categories as "logistics", "supply", "provision" and theoretical approaches to them. The basic functions of the logistics. The organization's logistics processes are described. The specificity of the logistics of budgetary organizations is highlighted.

Keywords: logistics, supply, provision, procurement, purchase, organization

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Система материально-технического снабжения (МТС) – это важная составляющая в деятельности любой организации. От эффективной работы всей цепочки МТС (формирования заказов, закупки материально-технических ресурсов, их доставки, распределения и хранения) зависит результативность деятельности организации, успешное выполнение его планов деятельности. Если коммерческие организации успешно перенимают опыт современных эффективных логистических систем, то некоммерческие организации, включая бюджетные, являются менее гибкими к изменениям, что непосредственно снижает их результативность.

Проблемы организации материально-технического снабжения в организации стали предметом исследовательского интереса многих ученых-экономистов, как отечественных, так и зарубежных. В частности исследованием материально-технического снабжения занимались следующие зарубежные авторы, как Д. Дж.

Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс, М. Кристофер, Г. Павелек, Дж. Р. Сток, Д. М. Ламберт, А. Харрисон, Ван Хоук Ремко., Д. Уотерс, М. Купер, Дж. Шрайбфредер. Среди отечественных следует выделить А. А. Гребенщикова, Р. Р. Загирова, А. М. Гаджинского, О. Е. Мороза, В. Пилипенко, В. И. Сергеева, И. П. Эльяшевича, Д. А. Тюкаева, Н. Н. Веденина, К. Ганшину, А. В. Крушельницкую, Л. Миротину и многих других. Разнообразие и подмена в литературе смежных по смыслу категорий, отсутствие выделения во многих источниках материально-технического снабжения коммерческих и некоммерческих организаций, а также недостаточное внимание исследователей снабжению государственных и муниципальных организаций предопределили актуальность темы исследования.

Цель статьи – рассмотреть основные подходы к пониманию материально-технического снабжения организации, а также раскрыть его функциональное и процессное содержание.

В научных экономических источниках существует разнообразие применения следующих смежных по смыслу терминов, таких как «логистика», «закупка», «поставка», «снабжение», «обеспечение», которые часто используют как синонимы.

Наиболее широким понятием является «логистика». Понятие «логистика» происходит от греческого слова «logistike», что означает «искусство вычислений, умение обдумывать, мышление, расчет, целесообразность». В древнем Риме под логистикой понимали распределение продуктов. Г. Павелек отмечает, что: «еще во времена Римской империи существовали служители, которые носили титул «логисты» или «логистики», которые занимались распределением продуктов питания» [1]. В Византии логистика определялась как искусство снабжения армии.

Ученые называют логику «новой философией управления», «третьим путем рационализации». Однако, нельзя полностью согласиться с мнениями В. Мюллера о том, что логистика – это: «техника штабной службы, расчеты тыла, техника перевозок и поставки» [2]. Также дискуссионным является определение К. Ганшиной, которая обосновывает логику как: «материально-техническое обеспечение, организация тыла и снабжения» [3]. Л. Миротина и В. Сергеева под логистикой понимают управление материальными потоками, связанными с деньгами, информацией и персоналом для достижения поставленных перед организацией целями с оптимальными затратами ресурсов [4].

Итак, логистика – это не только материально-техническое обеспечение и снабжение, а прежде всего, процесс правового регулирования управления подготовкой, планированием, снабжением, контролем, рациональным, своевременным и системным обеспечением потребителя, а также организация процесса транспортировки, передачи, хранения (складирования) соответствующих ресурсов. Центром любого вида логистики является материальный поток, которого по функциональному назначению обслуживают такие направления логистики, как: логистика снабжения (закупочная логистика); производственная логистика; информационная логистика; транспортная логистика; распределительная логистика (сбытовая); логистика запасов; логистика складирования; логистика посредничества; логистика сервисного обслуживания [5].

Термин «закупка» связан с процессом организации покупки, включая понимание специфики предмета закупки и его характеристик, анализ рынка поставщиков, выбор поставщика, согласование с ним цены, заключение контракта и в конечном итоге включает сам факт покупки (сделку). В словаре Даля термин «снабжение» означает «запастись», «доставить» что-либо нужное [6]. «Снабжение» имеет более ёмкое смысловое значение по сравнению с понятием «закупка». Оно может означать разные способы приобретения (закупку, аренду, лизинг, выполнение по контракту и т. д.), проведение переговоров и связанные с ними дополнительные условия (например особые условия проведения тендерных процедур, способ доставки, складирование и приемку товаров и др). Некорректно и отождествление понятий «снабжение» и «обеспечение»: снабжение трактуется несколько шире и предполагает не только возможность «снабдить чем-нибудь», но и снабдить «в нужном количестве» [7].

Д. Клосс и Д. Бауэрсокс под снабжением понимают организацию внешних поставок материалов в организацию, а под материально-техническое обеспечение – движение запасов внутри предприятия по стадиям производственного процесса [8].

Материально-техническое снабжение – это процесс поставки на склады предприятия или сразу на рабочие места, согласно производственных планов, необходимых материально-технических ресурсов. От МТС зависят своевременность, ритмичность, качество и эффективность операционной деятельности. Основная задача МТС – своевременное, бесперебойное и комплектное обеспечение производства всеми необходимыми материальными ресурсами. Материально-техническое снабжение организации включает в себя:

1. Планирование, которое подразумевает прогнозирование и определение потребности всех видов ресурсов; оптимизацию производственных запасов; планирование потребности материалов и установление их лимитов по подразделениям предприятия; оперативное планирование обеспечения материальными ресурсами;
2. Организацию, включающую сбор информации о потребности в сырье; оценку потребностей в материальных ресурсах; заключение контрактов с поставщиками; организацию складского хозяйства; обеспечение подразделений организации, рабочих мест необходимыми ресурсами.
3. Контроль – включает в себя мониторинг выполнения контрактов; контроль по затратам на материальные ресурсы; входной контроль за качеством; контроль за производственными запасами.

Таким образом, материально-техническое снабжение встроено в систему логистики наряду с производством и сбытом, выступает в форме управления закупками и запасами в организации. В свою очередь материально-техническое снабжение может выступать как самостоятельная система менеджмента материальных ресурсов, которое включает систему планирования, работу с поставщиками и заказами клиентов, учет складских запасов и другие процессы.

МТС включает такие основные процессы, как управление закупками и управление снабжением или поставщиками – см. рис. 1.



Рисунок 1. Процессы материально-технического снабжения организации

Управление закупками включает в себя в основном коммерческую и логистическую составляющие обеспечения. «Управление закупками – это обеспечение организации продукцией заданного качества и количества из правильного источника, доставленной вовремя, в нужное место по оптимальной («справедливой») цене. Управлением поставщиками – это закупочная деятельность или рационализация базы поставщиков, их отбор, координирование их работы, оценивание показателей их функционирования» [9].

Для организаций бюджетного финансирования процессы снабжения чётко регламентированы нормативными документами. Основным законом, регулирующим сферу государственных и муниципальных закупок в РФ, стал Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок ТРУ для обеспечения государственных и муниципальных нужд», а также ряд других нормативных актов [10]. В целях информационного обеспечения и контроля системы госзакупок создана единая информационная система (ЕИС), которая содержит: планы закупок, планы-графики; реестр контрактов, заключённых заказчиками; реестр недобросовестных поставщиков; библиотеку типовых контрактов, реестр банковских гарантий; реестр жалоб, плановых и внеплановых проверок, их результатов и выданных предписаний и др.

Таким образом, под материально-техническим снабжением понимают процесс закупки и поставки на склады предприятия в соответствии с производственными планами хозяйственной деятельности необходимых материально-технических ресурсов с заданными характеристиками и сроками. К материально-техническому снабжению в первую очередь относят организацию внешних поставок запасов в организацию, в отличие от материально-технического обеспечения, включающего непосредственно движение запасов внутри организации от склада до места его потребления в производственном процессе. Система материально-технического снабжения государственных и муниципальных организаций подчинены чётким регламентам и включают административную и уголовную ответственность за их нарушения. Единая информационная система призвана обеспечить прозрачность и эффективность осуществления госзакупок в системе материально-технического обеспечения организации.

Система материально-технического снабжения организации постоянно находится в развитии и совершенствовании. Исходя из условий функционирования рынка, должны меняться и методы работы

предприятий в сфере материально-технического обеспечения. Главным в снабжении становится эффективная закупка необходимых для производства материальных ресурсов. Для этого организации устанавливают такие взаимоотношения с поставщиками, что, в свою очередь, выступают и как выгодные партнеры, которые способствуют устойчивой и экономической работе организации.

Библиографический список

1. Павелек, Г. «Комплексное планирование промышленных предприятий. Базовые принципы, методика, ИТ-обеспечение»/ Г. Павелек. – М.: ООО «Альпина Паблишер», 2015. – 368 с.
2. Мюмер, В. К. Англо-русский словарь / В. К. Мюмер / М.: Гос. изд-во иностранных словарей, 1963. – 1192 с.
3. Ганшина, К. А. Французско-русский словарь / Ганшина К. А. – М.: Русский язык, 1977. – 912 с.
4. Основы логистики: учеб. пособие / под ред. Л. Б. Миротина и В. И. Сергеева. – М.: ИНФРА, 2010. – 200 с.
5. Логистика: учебник / А.М. Гаджинский. – 20-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 484 с.
6. Даль, В. Толковый словарь живого великорусского языка/ В. Даль. – М.: ОЛМА-Пресс, 2010. – 452 с.
7. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка/ С.И. Ожегов, Шведова Н.Ю. – М.: Оникс-ЛИТ, Мир и Образование, 2012. – 1376 с.
8. Бауэрсокс, Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок: Пер. с англ. – 2-е изд./ Д.Дж. Бауэрсокс, Д.Дж. Клосс. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 640 с.
9. Lysons, K., Gillingham M. Purchasing and Supply Chain Management. N. Y.: Prentice Hall, Pearson Education Limited, 2003. – P. 6.
10. «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»: Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ

УДК 339.1

Кузин И.В. Факторы эффективности коммерческой деятельности интернет-компаний

Factors of efficiency of commercial activities of Internet companies

Кузин Иван Васильевич,

студент-бакалавр,

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»,

Научный руководитель: **Волошин Андрей Владимирович**

кандидат экономических наук, доцент кафедры торгового дела и маркетинга, ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Kuzin Ivan Vasilevich,

The student-bachelor,

Siberian Federal University

Scientific adviser: Voloshin A.V., candidate of economic Sciences, associate Professor of the Department of Trade and Marketing, Siberian Federal University

Аннотация. В данной статье автор в полной мере раскрывает сущность коммерческой деятельности интернет-компаний и проводит обзор факторов эффективности, опираясь на современную рыночную теорию. Обобщение различных позиций позволяет сделать авторскую классификацию факторов эффективности коммерческой деятельности интернет-компаний.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, интернет-коммерция, эффективность коммерческой деятельности, эффективность предприятия, рынок, предпринимательство, бизнес, интернет-торговля.

Abstract. In this article, the author fully reveals the essence of the commercial activities of Internet companies and conducts a review of efficiency factors based on modern market theory. The generalization of various positions makes it possible to classify the factors of the efficiency of commercial activities of Internet companies.

Keywords: commercial activity, online commerce, business efficiency, enterprise efficiency, market, entrepreneurship, business, online commerce.

Рецензенты: 1. Батраева Элина Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и планирования ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

2. Коюпченко Ирина Николаевна, кандидат технических наук, доцент кафедры математических методов и информационных технологий ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Эффективность коммерческой деятельности представляет собой совокупность всех направлений этой самой деятельности по отношению к полученному результату, выраженному как в социальном, так и в экономическом аспектах. Так, если производимый той или иной организацией (предприятием) товар или услуга имеют положительный, социально одобряемый вес на рынке, то спрос со стороны потребителя не падает (как минимум), при этом организация (предприятие) извлекает из реализации товара или услуги

экономическую прибыль, что в свою очередь означает, что такая коммерческая деятельность будет эффективной.

В условиях современной рыночной экономики многим компаниям становится все сложнее «пробиваться» на рынок, ещё сложнее – удерживать свои коммерческие позиции, что обуславливается целым рядом экономических практик. Так, сегодня постоянно наращивается уровень конкурентоспособности, происходят динамичные изменения потребительских настроений, удорожание ресурсов и т.п. В связи с этим современные экономические реалии толкают многих предпринимателей на поиски новых форматов торговли и ведения коммерческой деятельности.

Одним из таких сравнительно «молодых» форматов коммерческой деятельности выступает коммерческая деятельность в сети Интернет.

Тенденция к увеличению применения информационных технологий, желание онлайн-ритейлеров сделать бизнес глобальным, но более дешевым, необходимость покупателей в экономии средств и времени – всё это постепенно привело к развитию электронной коммерческой деятельности и появлению целых интернет-компаний. Например, в странах Европейского Союза электронная торговля сегодня стала неотъемлемой частью функционирования предприятий [5]. Так, примерно каждая шестая европейская компания из тех, в которых работает более десяти человек, в прошлом году продавала свои товары и услуги онлайн. Почти все они (97 %) занимаются онлайн-продажами внутри своей страны, 44% - торгуют с клиентами из различных стран Европейского Союза и 28% - со странами, не входящими в ЕС [8]. Этому, в частности, способствовали такие факторы, как: постоянное увеличение интернет-пользователей; низкие входные барьеры, не требующие больших начальных вложений; выход онлайн-ритейлеров на региональные рынки; возрастающий спрос со стороны покупателей вследствие более низкой цены товаров и услуг; переход от офлайн к онлайн-магазинам благодаря оптимизации затрат на рекламу, когда сайт параллельно осуществляет и продажи, и выступает как PR-средство.

В настоящее время интернет уже существенно влияет на эффективность коммерческой деятельности и можно уверенно утверждать, что по мере дальнейшего проникновения сети Интернет в деятельность все новых и новых компаний диапазон коммерческих отношений через интернет существенно расширяется, и электронная коммерция становится частью повседневной жизни [10]. Так, сегодня любой желающий может приобрести или получить немалое количество товаров или услуг, не вставая с дивана или с экрана смартфона. Достаточно иметь под рукой «выход в сеть» и потребности покупателя будут удовлетворены – на этой цели и фокусируются интернет-компании. Находясь в виртуальном пространстве, они стремятся предвосхищать спрос, знать и понимать настроения потребителей, наглядно предлагать широкий ассортимент товаров или услуг, быть «на одной волне» с потребителем, подхватывая все модные тренды. Умение работать с подобными инструментами обеспечивает большую долю надёжности и возможности роста для компаний, использующих интернет-технологии в своей коммерческой деятельности. Например, современный интернет-сайт, на котором: представлена информация о деятельности компании (в том числе её история, возможности,

контакты и др.), имеется удобный каталог товаров или услуг с возможностью их фильтрации по различным критериям, зависящим от специфики продукта, есть отзывы клиенты, присутствует возможность оперативной обратной связи, консультаций и др. – несомненно будет привлекать потенциального потребителя, который с большой долей вероятности выберет именно такую компанию, чем сам пойдёт в магазин, особенно если такой возможности у него не имеется.

Однако на практике не все так гладко. Интернет – тот же рынок, и в недрах мировой паутины также существует и конкурентоспособность, и проблемы продвижения, и настроения потребителей. Однако для того, чтобы торговля в сети Интернет была эффективной, компаниям при организации и ведении своей коммерческой деятельности необходимо учитывать определённые факторы, обладающие уникальной для сети Интернет спецификой.

Компании, торгующие в сети Интернет, делятся на две категории: ритейлеры, которые представлены только в онлайн торговле, и розничные компании, открывающие виртуальные магазины. И те, и другие должны учитывать всё разнообразие факторов эффективности коммерческой деятельности для повышения рентабельности продаж.

Анализируя различные подходы к эффективности коммерческой деятельности в сети Интернет, приходится прийти к выводу о том, что в отечественной научной литературе отсутствует чёткая классификация факторов эффективности коммерческой деятельности интернет-компаний, в то время как большинство современных компаний имеет своё представительство в мировой паутине и, если не за счёт наличия собственного сайта, то, по крайней мере, посредством присутствия в популярных социальных сетях (ВКонтакте, YouTube, Facebook, Instagram и др.).

К основным факторам, влияющим на эффективность коммерческой деятельности интернет-компаний, стоит отнести рекламную деятельность в сети Интернет, содержание и развитие сайта, в том числе средствами SEO, наличие у компании банковских технологий, технического оснащения информационной безопасности и др. [5]

Отечественные ученые предлагают всю совокупность факторов, оказывающих воздействие на коммерческую деятельность интернет-компаний, разделить на две группы [3]:

- факторы прямого воздействия, оказывающие непосредственное воздействие на функционирование коммерческой деятельности интернет-компаний;
- общие факторы опосредованного воздействия.

Также факторы эффективности коммерческой деятельности интернет-компаний можно рассматривать с точки зрения привлекательности Интернет-рынка и готовности самих компаний к интеграции своей деятельности в его пространство [7]. В данном случае факторами привлекательности Интернет-рынка для компаний могут выступать такие факторы, как темпы роста Интернет-рынка, аудитория конечных пользователей (количество, реальность, специфика), емкость Интернет-рынка, барьеры входы на Интернет-

рынок, качество телекоммуникаций, степень распространения кредитных банковских карт, уровень конкуренции на Интернет-рынке.

В качестве готовности компании к интеграции можно назвать следующие факторы эффективности коммерческой деятельности: характеристика продуктового ассортимента, сила торговой марки (бренда), наличие широкой клиентской сети, системы распределения и доставки товара (услуги), относительная доля традиционного (оффлайн) рынка, наличие персонала, способного работать в сети Интернет.

В целом, основываясь на теоретических положениях о коммерческой деятельности, анализе предпринимательских практик и личном опыте, предложим авторскую классификацию факторов эффективности коммерческой деятельности интернет-компаний, разделив их на онлайн- и оффлайн-факторы (см. табл. №1). Данная классификация не претендует на существование в последней инстанции, однако может дать почву для некоторых размышлений.

Таблица 1

Факторы эффективности коммерческой деятельности интернет-компаний (составлено автором).

ОНЛАЙН-факторы	ОФФЛАЙН-факторы
– Качество и охват аудитории в сети Интернет; – общая стоимость Интернет-маркетинга; – информативность; – поведение конкурентов в сети Интернет; – разнообразие воздействия на потребителя в социальных сетях и на официальном сайте; – мобильность рекламной кампании; – удобство пользования Интернет-ресурсами компании (юзабилити); – дизайн; – наличие дополнительных опций (обратная связь, консультирование, скидки, акции, подарки и др.); – наличие/отсутствие мобильного интернета; – Информационная безопасность и др.	– Охват аудитории, количество реальных покупателей/потребителей; – Количество юридических партнёров; – Правовой статус (отсутствие нареканий со стороны контрольно-инспекционных органов/наличие разрешений, сертификатов, лицензий и др.); – Качество и стабильность интернет-коммуникаций в регионе реализации; – Поведение конкурентов оффлайн; – Нормативно-правовая база государства, регулирующая сеть Интернет в регионе реализации; – Наличие доступа к использованию банковских технологий в сети Интернет; – Экономическая ситуация в регионе реализации.

Таким образом, благодаря сети Интернет компании могут через призму профессионально организованной коммерческой деятельности не только получить или укрепить известность и репутацию своего бренда, но и успешно и эффективно развивать продажи во внутренних рынках страны и выходить на международный рынок, однако для этого необходимо учитывать специфические факторы эффективности коммерческой деятельности интернет-компаний.

Библиографический список

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник [для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело" (уровень бакалавриата)] / М.В. Акулич. - М.: Дашков и К, 2016. – 347 с.

2. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин. - М.: Альпина Пабlishер, 2016. - 220 с.
3. Архипов Е.В. Понятие предпринимательской деятельности в сети интернет / Е.В. Архипов // Вопросы российского и международного права. - 2017. - Т. 7. - № 4А. - С. 89-98.
4. Варламова Ю.А., Ларионова Н.И. Сбережения и социальный капитал домашних хозяйств: кластерный подход / Ю.А. Варламова, Н.И. Ларионова // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. - 2013. - № 5. - С. 64-73.
5. Васильева Р.Н., Андреянов Е.С. Электронная коммерция как фактор повышения конкурентоспособности торгового предприятия / Р.Н. Васильева, Е.С. Андреянов // Ученые заметки ТОГУ. - 2013. - Т. 4. - № 4. - С. 095-098.
6. Калиногорский, Н.А. Основы практического применения интернет-технологий: учеб. пособие / Н. А. Калиногорский. - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2015. - 182 с.
7. Киселева И.А., Искаджян С.О. Моделирование деятельности интернет-компании / И.А. Киселева, С.О. Искаджян // ИТпортал. - 2017. - № 3 (15). - С. 1 - 21
8. Мицкевич Е.В. Состояние и развитие электронной торговли в странах европейского союза / Е.В. Мицкевич // Устойчивое развитие науки и образования. - 2018. - № 1. - С. 14-17.
9. Никонова Г.В., Куликов С.М. Оценка эффективности маркетинговых действий компании и анализ статистики интернет-рекламы в электронной коммерции / Г.В. Никонова, С.М. Куликов // Научное обозрение. Экономические науки. - 2017. - № 3. - С. 95-100.
10. Шелестова Т.А. Показатели эффективности в электронной коммерции / Т.А. Шелестова // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. - 2015. - Т. 3. - № 8-1 (19-1). - С. 420-423.
11. Волошин, А.В. Экономический механизм как инструмент повышения эффективности деятельности предприятий: сб. науч. статей [Текст] / А.В. Волошин // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право.- Севастополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2016. - С. 173-177.
12. Волошин, А.В. Конкурентоспособность региона как предмет исследования экономической науки [Текст] / А.В. Волошин, Ю.Л. Александров, С.Н. Шестов, Е.В. Белоногова // Фундаментальные исследования. - 2016. - № 10-1. - С. 113-118.
13. Волошин, А.В. Формирование механизма повышения конкурентоспособности организаций высшего образования на рынке образовательных услуг : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 [Текст] / А.В. Волошин [Место защиты: Сибирский федеральный университет]. - Красноярск, 2017. - 307 с.
14. Ченченко, Д.А. Системный подход к формированию региональной рыночной инфраструктуры [Текст] / Д.А.Ченченко, Ю.Ю. Суслова.- Российское предпринимательство. - 2012. - № 17 (115). - С. 114-119.
15. Суслова, Ю.Ю. Влияние инфраструктуры региона на качество жизни населения [Текст] / Ю.Ю. Суслова, О.Г. Алешина.- Проблемы современной экономики. - 2015. № 2 (54).- С. 225-228.
16. Суслова, Ю.Ю. Особенности и условия предпринимательской активности потребительского комплекса красноярского края [Текст] / Ю.Ю. Суслова, Л.В. Юшкова.- Микроэкономика. .- 2012.- № 6. - С. 151-154.

УДК 33.338

Цесарская А.А., Савицкая А.В. Формирование эффективных стратегических коммуникаций на основе ценности продукта компании
Formation of effective strategic communications based on the value of the company's product

Цесарская Александра Алексеевна

кандидат экономических наук, доцент

Череповецкий государственный университет

Савицкая Анастасия Владимировна

старший преподаватель

Череповецкий государственный университет

Tsesarskaya Alexandra Alekseevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Cherepovets State University

Savitskaya Anastasia Vladimirovna

Senior Lecturer

Cherepovets State University

Аннотация. В статье рассматривается взаимосвязь стратегических коммуникаций, создания месседжей, общения с потенциальными и имеющимися клиентами. Показано, что воспринимаемая ценность и дальнейшая коммуникация с потенциальным клиентом будет зависеть от того, какое представление о продукте сформирует компания.

Ключевые слова: Коммуникация, позиционирование, конкуренция, месседж, бизнес-процесс, технология, клиент

Abstract. The article discusses the relationship of strategic communications, creating messages, communicating with potential and existing customers. It is shown that the perceived value and further communication with a potential client will depend on what idea the company will form about the product.

Keywords: communication, positioning, competition, message, business process, technology, client

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Классические маркетинговые концепции и стратегии сегодня часто забываются, потому что живем мы в кардинально ином мире, который требует альтернатив. Впрочем, даже классические образцы актуальны, если речь идет о технологических продуктах, стартапах и разработке программного обеспечения. В этом плане в маркетинге мало что изменилось за прошедшие 50 лет, когда производители мыла имели те же проблемы, что и разработчики программ сегодня [1].

Разнообразие продуктов стремительно растет, а значит нужно правильно позиционировать их и выстраивать коммуникацию по каждому целевому сегменту потребителей. Не всегда бывает понятно как

решить этот вопрос. Как на самом деле связаны стратегические коммуникации, создание месседжей, общение с потенциальными и имеющимися клиентами и не являются ли они просто «мыльными пузырями» для оболванивания головы? Рассмотрим последовательно эту проблему.

Надо сказать, что стратегические месседжи и позиционирование очень часто недооценены технологическими компаниями – потому вред от ложных посылов трудно выразить с помощью количественных показателей [2]. Кроме того, потери от неправильно выбранных месседжей вряд ли удастся выразить с помощью количественных показателей, таких как ROI.

Между тем, месседжи – ключевая составляющая построения любой серьезной компании. В каждой бизнес-организации есть цель и видение своего бизнеса, ведущих к созданию продуктов, которые призваны решить проблемы конкретных клиентов (или создать таких клиентов).

Как отмечал Питер Друкер, есть только одно правильное определение, что такое цель бизнеса: это образование клиента. Процесс создания клиента заключается в том, чтобы наладить коммуникацию с нужным набором потенциальных заказчиков на рынке через наше видение. Стратегические месседжи питают эту коммуникацию и делают ее возможной. Так как клиенты не просто покупают ваш продукт, а оценивают его ценность и возможность использования, а также покупают ваше видение, вашу ценность, если они совпадают с тем, чего они ищут на рынке [3].

Любая существующая организация коммуницирует с клиентами – для этого и нужны месседжи и позиционирования. Насколько они эффективны – это уже другой вопрос. Но все организации в той или иной степени общаются с аудиторией и доносят до целевых клиентов свои месседжи и ценность своего продукта или услуги.

Соответствие продукта рынку – это также соответствие месседжа потребителю. Мы все знаем, что соответствие товар / рынок, по сути означает, что есть достаточный спрос на продукт компании в большом или растущем рынке.

О чем мы часто забываем – так это о том, что получение соответствия продукт / рынок означает получение сообщений от клиентов в таком же соответствии. Убедить первых клиентов купить ваш продукт – по сути тестирование не только того, как продукт решает «головная боль» клиента, но и как передается его ценность.

Для того, чтобы найти достаточный спрос на рынке, компания должна не только решить реальную проблему для целевых клиентов, но также должна найти эффективный подход к коммуникации по ценности своего продукта [4]. «Продукт / Рынок» не существует без соответствия «Месседж / Клиент». Правильный месседж должен неоднократно достичь правильного клиента на правильном рынке, чтобы подтвердить существование стартапа.

«Компания / Рынок» может быть для фирмы лучшим фреймворком для использования. «Компания / Рынок» является сочетанием соответствия соотношений «Продукт / Проблема» и «Месседж / Клиент». Когда

мы только говорим о «Продукт / Рынок», мы часто не замечаем важную составляющую в этом процессе – стратегический обмен сообщениями.

Перефразируя П. Друкера, речь идет не о поиске правильной организации, а о необходимости управленцев научиться искать, разрабатывать и тестировать организацию таким образом, что она подходила для решения задачи. Нет правильных или неправильных способов организовать бизнес. Но есть правильная организация для решения конкретных проблем или потребностей рынка.

Инвесторы и фандрайзеры. Стратегический обмен сообщениями является неотъемлемой частью усилий компании по привлечению средств. Ее пул для инвесторов может описать проблему, видение, суждения, ценности, позиционирование, целевого клиента, а также рыночные возможности. И чтобы быть успешным в донесении сообщения компании, руководители должны создать интересную историю, по которой легко следить. Успешный пакет для инвесторов является стратегическим сообщением, что «упаковано» в формат интересной истории [5].

Продажи. Определение ПРОБЛЕМЫ (PAIN) потенциального клиента и его РЕШЕНИЯ (FIT) является важным шагом в процессе продаж. FIT соответствует профилю целевого клиента. PAIN – через преодоление проблемы потенциальные клиенты воспринимают ценность продукта. И целевые профили клиентов и ценности являются незаменимыми частями стратегического обмена сообщениями/

Продажа продукта для различных заинтересованных сторон, вовлеченных в процесс покупки, затрудняет принятие решений и продолжает циклы продаж. Каждый целевой клиент имеет различные проблемы и ценности, которые они пытаются получить от вашего продукта, тоже разные. Поэтому там, где есть множество заинтересованных сторон, стратегический обмен сообщениями еще более важен, потому что разные сообщения должны решать различные задачи, стоящие перед обычными ролевыми персоналиями в процессе покупки [6].

Потенциальные клиенты компании уже имеют представление о продукте и его значении еще до звонка менеджера или испытания демо-версии. Решение об окончательной покупке будет принято на основе содержания сайта организации и ее коммуникационных материалов, включая рекламу, PR, статьи блога и «холодные» электронные письма с предложением покупки. Если ожидания не оправдаются или роль продукта не будет истолкована правильно, у менеджеров уйдет гораздо больше времени, чтобы изменить это восприятие.

Воспринимаемая ценность и дальнейшая коммуникация с потенциальным клиентом будет зависеть от того, какое представление о продукте компания сформирует [7]. Компании с большими отделами продаж имеют четкие наборы правил по продаже. В них подробно описаны такие вещи, как работа с конкурентами и сложными клиентами, повторные продажи, как решать вопросы дифференциации, целевые профили клиентов, предложения и типовые описания продуктов.

Маркетинг. Цель маркетинга заключается в том, чтобы контролировать восприятие и изменить поведение. Это – простое и точное определение маркетинга. Все маркетинговые мероприятия и каждый

аспект маркетинга попадают под цели контроля восприятия, изменение поведения или обе эти задачи. Попробуйте подумать о маркетинговой деятельности, не соответствующей этой цели. И спросите себя: можете ли вы действительно изменить чье-то поведение, не меняя восприятия?

Цель заключается в контроле восприятия того, на что ваша целевая аудитория должна обратить внимание. Те, кто приходят к покупке в результате инициативы со стороны потенциального заказчика, является продуктом изменения поведения.

Покупка и использование продукта требует изменения в поведении. Стратегический обмен сообщениями контролирует восприятие продукта на рынке [8]. Это – ответственность маркетинговой команды, которая должна гарантировать, что месседжи компании отвечают всем каналам сбыта, а также всем типам коммуникаций.

Рекрутинг. Рекрутинг – продажа своего видения и своих ценностей как организации. Учредители и генеральный директор никогда не должны прекращать набор кадров, и необходимо выделить значительную часть своего времени на поиск кадров. Рекрутинг – это продажа компании потенциальному клиенту. Стратегический обмен сообщениями поможет компании организовать свое видение и свои ценности так, чтобы у нее был простой месседж и история, которые вызывают интерес у тех, кто разделяет ваши ценности, кто вдохновляется вашим видением.

Трудно представить себе что-нибудь, что имеет большее влияние на вашу организацию, чем обмен сообщениями (как вы общаетесь внутри с вашей командой, с внешним рынком и целевой аудиторией). Мы обсудили только несколько критических примеров, но этот список может быть расширен.

Итак, как мы узнаем, что наша текущая передача сообщений эффективная или нуждается в обновлении? Насколько эффективны ваши месседжи?

Симптомы неэффективного обмена сообщениями не так легко обнаружить. Ведь организации обычно собирают и анализируют почти все мыслимые метрики, но как вы узнаете, что ваши месседжи работают? Нельзя сказать, что ваш процесс продаж сокращается на X%, поскольку потенциальные клиенты слишком смущены тем, что они уже увидели в ваших текущих предложениях. Но есть один качественный способ проанализировать текущую передачу месседжей.

Одним из главных атрибутов стратегической передачи сообщений является последовательность. Эффективная передача месседжей всегда проста и последовательна. Лучший способ оценить текущую передачу сообщений – посмотреть на то, как та или иная организация постоянно говорит о продуктах, и сравнить с тем, как текущие клиенты компании говорят о ее продукте [9].

Как понимают стратегические месседжи в компании. Стратегический обмен сообщениями является основным способом взаимодействия с заинтересованными сторонами – сотрудниками, перспективными и имеющимися клиентами, партнерами и инвесторами. Стратегический обмен сообщениями определяет ценность продукта для клиента, описывая решение проблемы.

Как уже говорилось ранее, целью маркетинга является контроль восприятия и изменение поведения. Стратегический обмен сообщениями является неотъемлемой частью этой цели.

Стратегический обмен сообщениями является продолжением видения компании. Видение начинается с «почему». Почему существует организация? «Почему» приводит к следующему вопросу «как». Как организация делает то, что она делает? И, наконец, только после того, – ответ на вопрос о том, «что». Что делает компания, какие продукты и услуги предоставляет?

Стратегическая коммуникация (обмен сообщениями, формирование стратегических сообщений) охватывает вопросы, почему, как и что делает компания [10].

Каждая форма коммуникации – от сообщения на главной странице в разделе «О нас» и до ваших пресс-релизов, пакетов для специалистов по продажам, оплаченных рекламных кампаний и контент-стратегии, должна быть приведена в соответствие со стратегическими фреймворками обмена сообщениями компании с клиентами.

Причины, по которым большинство компаний терпят неудачу в разработке стратегического сообщения.

- Сообщения должны быть однозначными – так не возникнет разногласий в толкованиях.
- Простота и лаконичность ведет к ясности – следует избегать модных терминов и приближать сообщения к разговорной речи.
- Целесообразно давать определение, а не допускать – не следует думать, что ваша аудитория понимает термины, которые используются в вашем сообщении. Компании живут в «пузырях», где сотрудники используют одни и те же сроки, и очень часто смысл меняется от одной компании к другой. Желательно определить термины, используемые внутри компании, а также при необходимости определить их использование для внешней аудитории [11]. Даже простые термины, такие как «аналитика», могут иметь несколько значений и интерпретаций.
- Рекомендуется избегать оценочно-хвалебных прилагательных терминов и словесной «воды» – никому больше не интересны обобщения или хвалебные прилагательные, гиперболы, метафоры, бахвальство.
- Не следует изменять сообщение слишком часто, желательно никогда – компания не может выпускать новые стратегические фреймворки для сообщений через каждые 6 или даже 12 месяцев. Все, что влияет на бренд в целом, должно быть сделано невероятно тщательно и надолго. Восприятие продукта и компании не так легко изменить, поэтому сразу сформулируйте стратегическое сообщение на долгосрочную перспективу [12].

Несколько слов о позиционировании. О позиционировании часто забывают в мире технологического бизнеса, а между тем ответ на вопрос «как?» – один из ключевых. Целью позиционирования является продукт в сознании потенциального покупателя. Именно поэтому часто новые стартапы запускают с формулировкой «Uber для X» или «Airbnb для Y». Внимание потребителей и инвесторов лучше фокусируется на уже знакомых вещах – поэтому такие простые конструкции и настройки от них дают гораздо лучший результат, чем сложные описания.

Позиционирование не объясняет все те детали, что делает продукт. На самом деле, позиционирование – это не совсем о вашем продукте, здесь речь идет о восприятии клиентом или инвестором вашего продукта. Это очень важный момент: ответы на проблемы позиционирования за пределами продукта и даже вашей компании. Другими словами, то, как компания описывает и позиционирует свой продукт, должно быть продиктовано новыми и потенциальными клиентами, а не свойствами продукта или внутренним опытом компании [13].

Один из самых успешных примеров позиционирования в сфере технологий – компания Salesforce: «Salesforce – это не программное обеспечение» Эта совершенно прекрасная идея Марка Беньюффа привела к доминированию компании в сфере маркетинга программного обеспечения за прошедшие 16 лет, и эта концепция хорошо работает до сих пор.

Slack – еще один хороший пример позиционирования. Slack позиционирует себя изначально как приложение, борется с электронной почтой вместо того, чтобы делать акцент на предпринимательских инструментах коммуникации. Стюарт Баттерфилд, основатель Slack, на самом деле не верит в то, что Slack заменит email, но благодаря великолепной стратегии позиционирования люди говорят о Slack в этом ключе, а дискуссия по этому вопросу заставляет их занять ту или иную сторону. Такое позиционирование дает хорошие плоды, если выходят публикации с заголовками, где обсуждается, может ли Slack убить электронные письма.

Существуют различные методы для позиционирования: от конкурента, лидера рынка, последователя, атрибута продукта, преимущества, пользователей и далее в том же духе. В некоторых случаях, компания может создать восприятие продукта, сосредоточив внимание на только одном слове или фразе.

Библиографический список

1. Артамонов Б.В., Бородай В.А., Новак Л.В., Петренко А.С., Савицкая В.Ю., Цветкова Г.С. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития. Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018.
2. Бородай В.А., Минасян Л.А. Алгоритм моделирования управленческих решений в условиях неопределенности // Современные научные исследования и разработки. 2018. № 3 (20). С. 134-138.
3. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Специфика оценки качества неосязаемых услуг в сервисной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 33.
4. Бородай В.А. Маркетизация потребительских стандартов в современном обществе // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 2. С. 153-155.
5. Дудкина О.В., Бородай В.А. Информационный индивидуализм сервисных услуг на основе эластичности медийного пространства // В сборнике: ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный

технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 198-202.

6. Бородай В.А., Минасян Л.А. Проблемы эмерджентности системы управления в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 90-96.

7. Петренко А.С., Бородай В.А. Особенности формирования организационной культуры предприятий сферы услуг // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 3.

8. Дудкина О.В., Минасян Л.А., Бородай В.А. Смысловая конструкция цели в стратегических решениях // Амея науки. 2018. Т. 3. № 7 (23). С. 245-252.

9. Бородай В.А., Дудкина О.В. Альтернативы гомогенизации системы мотивирования персонала сервисных компаний // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 30.

10. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.

11. Бородай В.А. Нелинейность связи причины и следствия в современном бизнесе // В сборнике: Социально- экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг Сборник научных трудов. Выпуск 12. Сер. "Социально-экономические и общегуманитарные проблемы развития сферы услуг. Том 2 Социально-экономические проблемы развития сферы услуг" Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 35-39.

12. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Интенциональность потоков коллективной коммуникации в ивент-индустрии // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 6 (112). С. 34.

13. Kasyanov V.V., Minasyan L.A., Borodai V.A., Ponomarev I.E., Samygin P.S., Vorobyev G.A., Skvortsov D.V. Health management and the strategies to meet a healthy society // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. 2018. № 9 (4). С. 357-368.

Экономическая теория

UDC 33

Shkuratova M. Analysis of the Transformational Dynamics of Higher Education Institutions

Shkuratova Maria Vladimirovna,

Senior Lecturer at the Chair of
Economy and Organization of the Health Service and Pharmacy,
Pyatigorsk Medical and Pharmaceutical Institute,
branch of the Volgograd State Medical University

Abstract. *This article analyzes the transformational dynamics of higher education in Russia due to the economic and social changes of the last decades. For the reason that the institute of higher education and science is a leading force in the production of intellectual values, questions about the potential and real possibilities of participation of higher educational institutions in the economic development of the country as a whole and in regional development in particular become relevant. The article describes the main prerequisites that influenced the transformation processes in higher education such as financial reductions, competition in the local market and increased government demands.*

Keywords: *economics of higher education, socio-economic transformations, Bologna process, institutional structures.*

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Constant structural changes, conditioned by global trends, decreased the growing influence of the overall productivity of production factors on economic growth. Recently, the scientific community has been discussing the potential and real possibilities of students of higher education institutions in the economic development of the country in general and in regional development in particular. It can be stated that higher educational institutions are adjusted to the changes and looking for ways of adaptation through transformation more rapidly than other institutional systems. The consolidated partnership between all participants in economic cooperation is best represented in the activities of higher education. In addition, higher education institutions can rarely stay away from political events.

This phenomenon is conditioned by the fact that since the mid-twentieth century, intangible assets, such as knowledge and innovation, have been given great importance. Famous American economists F. Machlup and P. Drucker were the first to express the idea that knowledge is a factor of production [1, 2].

Today, independent researchers and groups of specialists working under the auspices of international (World Bank, UNESCO, OECD) and Russian organizations (Skolkovo Innovation Center, National Research University Higher School of Economics) in the framework of theoretical and empirical research present “knowledge” as a factor of economic growth, and the Institute of Higher Education and Science as the leading force in the production of intellectual values[3]. The modern experience of Russian higher education can be expressed by the fact that, in addition to the production of scientific knowledge, it should deal with the task of creating a more stable institutional space. During the transition period and in crisis situations, educational institutions have always become a mediator between the old, outgoing, and the new system. However, in Russian reality, these processes are characterized by historically established inertia and the presence of so-called institutional traps, which can be difficult to withdraw both in the short term and in the long term process. This circumstance, of course, affects the overall dynamics and is an aggravating factor in the analysis of the activities of higher education in Russia.

What refers to the current model of interaction between higher education and business, in world practice, the presence of the state as a participant has been reduced to a minimum, thereby reducing institutional costs, on the one hand, and increasing the potential effectiveness of implementing innovative projects, on the other. However, this is new in Russian practice. Innovation and business cannot interact freely, since so far government regulation and intervention slows down the process of implementing innovative ideas to a large extent. The leading role in this process could be taken by research and higher education institutions, the potential of which allows a positive influence on the management of these processes.

Today, the current processes in the higher education system cannot be considered apart from the pan-Russian socio-economic transformations, geopolitical changes and international relations. In particular, the result of general political strategies of rapprochement with European countries, observed in the early 2000s, was the integration of Russia into the Bologna process. In the reformation of its own educational system (secondary and higher education), the main vector was the rejection of the Soviet legacy. First of all, the five-year educational cycle, which is familiar and typical of Russian society, for the preparation of professional specialists in higher education was quantified in terms of admission of students and, accordingly, in the number of diplomas awarded. The specialty was replaced by a two-level system of education - Bachelor's and Master's, with the subsequent assignment of the qualification “Bachelor of Arts” and “Master of Arts”. The unification of Russian and European diplomas cannot be assessed unequivocally, since it has both its positive and negative sides.

On the one hand, the Bologna process and the general modern trend of internationalization of Russian science and education contribute to the integration of the National Institute for Higher Education in the global educational space. It resulted in the increase of the academic mobility of teachers and students, which gave the following results:

- absence of barriers in obtaining a diploma of different countries;
- expanding the possibility of obtaining a double diploma;
- increase in the number of Russian participants in international scientific conferences;

- increase of teachers' publication activity in foreign publications;
- increase in the number of Russian universities offering subjects in foreign languages which are not state languages (English, French);
- increase in the number of foreign students in Russian universities;
- opportunity for representatives of Russian higher education institutions to take part in the competition for foreign grants, scholarships, etc.

On the other hand, such rapid changes could not but reflect on the quality of the educational process and the learning outcome, which was once the cornerstone of the education institution. The content of educational programs can be considered as one of the negative consequences of integration, both in terms of shortening the cycle of disciplines for the undergraduate program (minus one year in comparison with the specialty), and in creating master programs without any experience, should be amended in European educational space.

At the consumer level, the knowledge phenomenon is assessed positively as a promising investment and a means of generating future income, which is reflected in the development and increase of the market of educational services. At the level of firms and enterprises, the dynamics of increasing the value of knowledge can be traced in the increase of seminars, master classes and corporate trainings (usually at the employer's expense) aimed at improving the skills and quality of academic staff.

This indicates that, on the one hand, specialists in the labor market do not fully meet the employer's demands, and on the other hand, the business and manufacturing sectors (the employer itself) form a modern demand for the main supplier of specialists in the labor market of higher education. At the same time, this indicates that the organization is forced to retrain its own employees at its own expense, which can result in additional costs and factors hindering socio-economic development. Or, in order to increase personal competitiveness in the labor market, the specialists themselves are looking for ways of professional growth. It turns out that the cost of education for an employee is made at least twice by the state and the employer, which cannot be evaluated positively.

In this regard, the reaction of students, which is marked by the expansion of the request for distance learning programs, is quite justified. As a result, higher education institutions offer various short-term online courses, webinars and featured online programs, as well as popular online educational courses in Russia. This trend demonstrates how quickly Russian universities can adapt to the transformation processes of the economic system both in the local and world market. This aspect in particular can refer to the development of higher education which can be attributed to innovative transformations, since it is more dependent on the level of development of ICT and online platforms.

Summing up, it can be stated that the process of reforming the institute of higher education, launched in the late XX - early XXI centuries, became a transformational factor that influenced all levels of the system. The measures taken more than 20 years ago began to give the first results. Higher education institutions gradually adapted to new socio-economic conditions. In particular, financial reductions, competition in the local market and increased government demands have become driving forces in solving the situation. The projects, implemented

today for integration into the international educational space and for enhancing competitiveness, are characterized by positive dynamics. Nevertheless, by developing the general strategy for the further development and transformation of the institute of higher education, it should be noted that the high quality of teaching and the effectiveness of training specialists are the main criteria that modern users of the knowledge market are oriented to.

References

1. Drucker P.F. The Age of Discontinuity: Guidelines to our Changing Society. London: Heinemann, 1969.
2. Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States // Princeton University Press, Princeton. – 1962.
3. Gershman M., Gokhberg L., Kuznetsova T., Round V. Bridging S&T and innovation in Russia: A historical perspective // Technological Forecasting and Social Change. 2018. No.133. P.132-140.
4. De Meulemeester J.-L., Rochat D. A Causality Analysis of the Link Between Higher Education and Economic Development // Economics of Education Review, Elsevier, vol.14(4). – 1995. – P. 351-361.
5. Mitchell P.J., Mitchell L.A. Implementation of the Bologna Process and Language Education in Russia // Procedia – Social and Behavioral Sciences, Elsevier, vol. 154. – 2014, pp.170-174.
6. Shkuratova M.V. Role and Significance of the Institutional structures and the Institutional environment in the Development of the Knowledge Economy // European Journal of Economics and Management Sciences, Vienna: Premier Publishing, 2018. - №2, pp. 97-100.

УДК 336.13.051

Стулова А.Н. Факторы, влияющие на внешний государственный долг в Российской Федерации

Factors influencing the external public debt in the Russian Federation

Стулова А.Н., студент

Научный руководитель: **Ляскин Г.Г.**,

канд. экон. наук, доцент

Новосибирский государственный университет экономики и управления,

г. Новосибирск, Россия

Stulova A.N., student

Scientific Supervisor: G.G. Lyaskin, candidate of Economic Sciences,

associate professor

Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia

Аннотация. В статье подчеркнута проблема растущего государственного долга в РФ. Проблема обслуживания долга России с каждым годом привлекает все пристальное внимание экономистов и политиков как в РФ, так и за рубежом. Однако многие вопросы возникновения государственного долга и эффективного управления им в условиях современной нестабильности рыночной экономики и сложившегося политического устоя продолжают оставаться оспариваемыми. Целью статьи является выделение факторов, влияющих на внешний долг Российской Федерации и возможные последствия растущего долга стране.

Ключевые слова: Государственный долг, нефтяные котировки, кризис, бюджет РФ, дефицит, кредитный рейтинг, облигации федерального займа.

Abstract. The article highlights the problem of growing public debt in the Russian Federation. The problem of servicing the debt of Russia every year attracts the close attention of economists and politicians both in the Russian Federation and abroad. However, many issues of the emergence of public debt and its effective management in the conditions of instability of the market economy continue to be challenged. The purpose of the article is to identify factors affecting the external debt of the Russian Federation and the possible consequences of the growing debt of the country.

Keywords: Government debt, oil quotes, crisis, budget of the Russian Federation, deficit, credit rating, federal loan bonds.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Введение

Финансовая устойчивость в государстве, ее перспективы определяются состоянием государственного бюджета, величиной его дефицита, а также величиной государственного долга – агрегированной характеристикой этого дефицита. Попытка решения проблем государственного дефицита или других социально-экономических проблем путем заимствований рождает

государственный долг. Проблема покрытия долга России с каждым годом привлекает все пристальное внимание экономистов и политиков как в РФ, так и за рубежом.

Вопрос государственного долга как внешнего, так и внутреннего исследуют многие известные ученые. Например, А. Вавилова [1], Г. Трофимова [1], Б. Хейфеца [3], В. Шенаева [4] и др. широко исследуют особенности стабилизации государственного долга в России. Управление государственным долгом освещалось в трудах К. Астапова [5] и др. Однако многие вопросы возникновения государственного долга и эффективного управления им в условиях современной нестабильности рыночной экономики и сложившегося политического устоя продолжают оставаться оспариваемыми.

Под государственным долгом подразумевают долговые обязательства России перед юридическими и физическими лицами, а также иностранными государствами, международными организациями и иными субъектами международного права. [2]

В конце 2017 года соотношение общего внешнего долга к ВВП достигло 42%, что стало антирекордом с 2004 года. Годом ранее внешний долг составлял 39% ВВП, а в 2014 году данный показатель не превышал 29%. Долг на душу населения превышает отметку 3500 дол., подчеркивают в Центробанке.

Внешний долг в настоящее время в России по данным Минфина РФ стабилен, представлен в рисунке 1. [7]

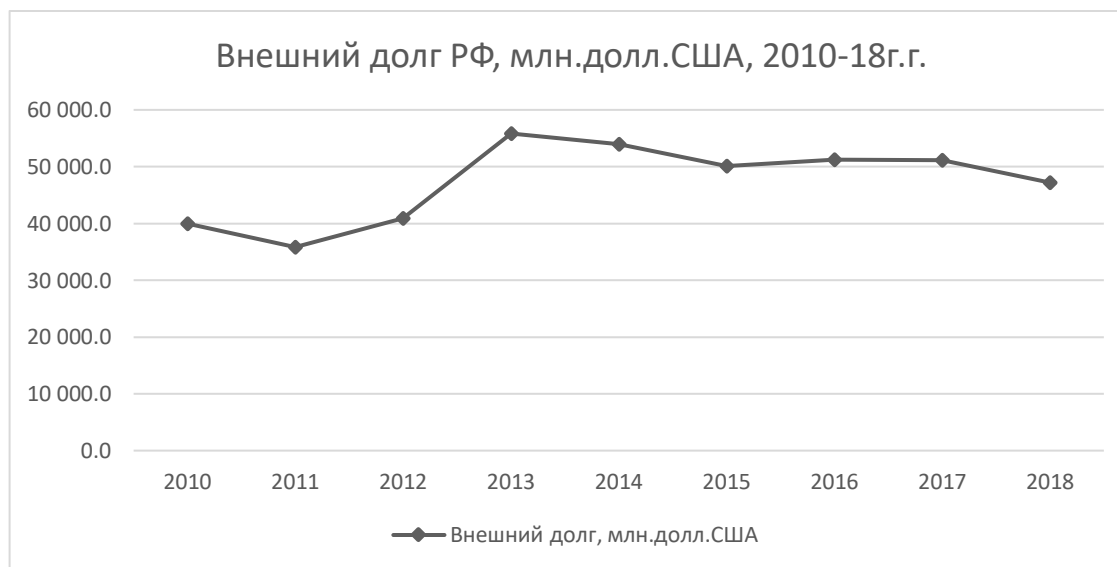


Рисунок 1. Государственный долг РФ в 2017-2018г.г., млрд.руб.

Влияние цены нефти на государственный долг.

Как говорят многие экономисты, уровень обеспеченности внешнего долга в следующем году, как и всегда, будет зависеть от стоимости «черного золота». Рост нефтяных котировок до 55-60 дол./барр. обеспечит дополнительные валютные поступления, что позволит компенсировать

увеличение задолженности. Однако мы видим следующую картину курса цен на фьючерсный контракт на нефть Brent. [8]

Динамика цен на фьючерсный контракт на нефть Brent (MOEX, USD за баррель)



Рисунок 2. Динамика цен на фьючерсный контракт на нефть в 2018г.

Обвал нефтяного рынка становится очередным испытанием для государственных финансов. Эксперты не исключают снижение цен на нефть до 45 долл./барр., если на рынке сохранится перепроизводство.

Политические факторы, влияющие на государственный долг.

Так же следует заметить, что процентная ставка по обслуживанию долговых обязательств (внешний государственный долг) во многом зависит от кредитного рейтинга страны, который устанавливается международными рейтинговыми агентствами: Standard & Poor's, Fitch Ratings, Moody's. А значит, можно говорить о возможности политизации данного экономического процесса.

В представленном рисунке отражен кредитный рейтинг Standard & Poor's России с 2002 года.

[9]



Рисунок 3. Кредитный рейтинг Standard & Poor's России с 2002 года.

Из рисунка видно, что неблагоприятные политические изменения (события в Крыму и на Украине) оказали влияние на кредитный рейтинг России: в 2015 г. он достиг уровня BB+. На сегодняшний день международное рейтинговое агентство S&P подтвердило суверенный кредитный рейтинг РФ на уровне "BBB-", прогноз – позитивный. Такой суверенный рейтинг страны является низким, характеризует снижающуюся надежность, рискованные обязательства с чертами спекулятивных, осложняет ее компаниям кредитование на иностранных рынках. Иностранный бизнес может отказаться приходить в страны с низким кредитным рейтингом.

Помимо кредитного рейтинга, проблемой также является невозможность выполнения расчетов иностранных инвесторов по сделкам с облигациями федерального займа (далее ОФЗ) с использованием международных депозитарных систем. Это препятствует комфортному доступу иностранных инвесторов на внутренний рынок.

Отсутствие таких возможностей рассматривается экспертами как самый большой инфраструктурный анахронизм, который не позволяет нерезидентам активно работать и функционировать на российском долговом рынке.

ОФЗ торгуются на Московской межбанковской валютной бирже, прямой доступ на которую имеют практически только российские участники с депозитарной лицензией. Иностранные компании и прочие российские инвесторы должны использовать посредников. В отличие от корпоративных и муниципальных облигаций внебиржевая торговля облигациями федерального займа запрещена.

Заключение

В заключении, можно отметить следующие факторы роста внешнего долга в настоящее время:

1. Нарастание кризисных явлений в экономике, и связанный с этим прогрессирующий дефицит бюджета, в сочетании с нехваткой внутренних ресурсов способствуют росту внешних обязательств. Дефицит бюджета РФ в 2018 году составит 1,3 трлн. рублей; [7]

2. Неблагоприятные условия внешней торговли способствуют снижению доходной части бюджета;

3. Рефинансирование значительного внешнего долга бывшего СССР, которая Россия в полном объеме приняла на себя;

4. Необходимость финансирования импорта продовольствия, медикаментов и других жизненно важных товаров из-за неконкурентоспособности внутреннего производства.

5. Непростая политическая обстановка в мире, кредитный рейтинг международных рейтинговых компаний влияет на возможности государственного заимствования за рубежом, а также невозможность расчетов иностранных инвесторов по сделкам с облигациями федерального займа.

В таких условиях обеспеченность внешнего долга значительно ухудшится. Кроме того, по мнению экспертов, в ближайшие годы российская экономика сохранит низкие темпы роста (в пределах 2%).

При этом внешний долг будет расти более высокими темпами, что приведет к приближению соотношения внешнего долга к ВВП к критической черте.

Можно с уверенностью констатировать, что негативное влияние государственного долга на экономику в большинстве случаев связано с неэффективной бюджетно-кредитной политикой и множеством политических факторов, контролировать которые практически невозможно.

Библиографический список

1. Статьи из журналов и сборников. Вавилов А.П. (1997). Стабилизация и управление государственным долгом России / А.П. Вавилов, Г.Ю. Трофимов // Вопросы экономики. №12. С.62-81.

2. Статьи из журналов и сборников. Е.А.Карпова, А.А. Рябченко (2016). Государственный долг: Факторы возникновения и последствия влияния на экономическую и социальную сферу общества. // Финансы, учет, банки №1 (20)

3. Статьи из журналов и сборников. Хейфец Б.А. (2010). Кризис и новые тенденции в политике управления государственным долгом в России / Б.А. Хейфец // Россия и современный мир. №1. С.82-94.

4. Статьи из журналов и сборников. Шенаев В.П. (2008). Проблема внешнего долга России/ В.Н. Шенаев // Бизнес и банки. №26. С.1-3.

5. Астапов К.Л. Управление внешним и внутренним долгом в России/ К.Л. Астапов // Мировая экономика и международные отношения. (2007) –№2. –С. 26-35.

6. Статьи из журналов и сборников. Ляскин Г.Г., Бочкарева Е.Н. Корреляция показателей ожидаемой и фактической инфляции РФ в 2010-2013. Проблемы экономической науки и практики. /Сборник научных трудов. под ред. С. А. Филатова; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. - Том. Выпуск 1. 2015. С. 120-125.

7. Электронный ресурс удалённого доступа. Минфин России, //Бюджет России на 2018 год//, // Государственный внешний долг Российской Федерации (2011-2018 гг.) // (2018) – Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru/performance/public_debt/external/structure/

8. Электронный ресурс удалённого доступа. Яндекс, Динамика цен на фьючерсный контракт на нефть Brent (MOEX, USD за баррель) (1.10.2018-24.12.2018г.г.) // (2018) – Режим доступа: <https://news.yandex.ru/quotes/1006.html>

9. Электронный ресурс удалённого доступа. Кредитный рейтинг России, Standard & Poor's (2018) – Режим доступа: https://www.standardandpoors.com/ru_RU/web/guest/home

УДК 330.88

Побирченко В.В., Густенко В.А. Теория контрактов: актуализация в контексте исследований О. Харта и Б. Хольмстрёма

The contract theory: actualization in the context of research O. Hart and B. Holmström

Побирченко В.В.,

к.г.н., доцент кафедры мировой экономики

Густенко В.А.,

магистрант направления 38.04.01 - «Экономика»

Институт экономики и управления

Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского,

г. Симферополь, Республика Крым, Россия

Pobirchenko V.V.,

Cand.Sc. (Geography), Associate Professor Chair of World Economy

Gustenko V.A.,

Undergraduate 38.04.01 - «Economics»,

Institute of Economics and Management

«V.I.Vernadsky Crimean Federal University»,

Simferopol, Republic of Crimea, Russia

Аннотация. Статья посвящена некоторым ключевым аспектам теории контрактов, ставшей еще более актуальной ввиду присуждения Оливеру Харту и Бенгту Хольмстрёму в 2016 г. Нобелевской премии по экономике. Приведен обзор вклада лауреатов в развитие теории контрактов. Дана оценка практическому значению их исследований для современного общества.

Ключевые слова: нобелевские лауреаты, теория контрактов, неполный контракт, микроэкономическая теория, мировая экономическая наука.

Abstract. Contracts are an indispensable attribute of modern society. The article is devoted to some key aspects of the contract theory which becomes even more urgent and discussed since 2016, when Oliver Hart and Bengt Holmström became the Noble Laureates in economics. This article provides as well as overview of their contribution to development of the contract theory. It gives short analysis of contracts theory and also shows some “contradictions” between neoclassical and new institutionally approaches. The authors also demonstrates how, with the help of the corresponding economic-theoretical apparatus, it is possible to solve the most difficult practical problems of the modern economy.

Keywords: Nobel laureates, contract theory, incomplete contract, microeconomic theory, world economic science.

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

ВВЕДЕНИЕ

Неотъемлемым атрибутом современного общества выступают контракты. «Контракты представляют собой набор правил, определяющих взаимные ожидания взаимодействующих экономических агентов на основе достигнутых договоренностей, выполнение которых обеспечивается соответствующим механизмом принуждения» [1, с.376]. Такие договоренности позволяют экономическим субъектам функционировать в современном обществе, открывая для себя большие возможности в кооперации и взаимовыгодном доверии, тогда как их отсутствие могло бы сделать их «неучитывыми и недоверчивыми» [2].

Без четкого понимания формы, структуры контрактов, а также принципов их составления в зависимости от существующей институциональной среды, невозможно было бы будущее корректное взаимодействие агентов. Поэтому имеет место быть контрактная теория, которая объединяет общие средства для понимания особенностей составления контрактов.

Актуальность и значимость теории контрактов заключается в том, что в ней учитываются все параметры нефинансового характера, которые содержатся в каждой устной или письменной сделке и способны существенно влиять на решения сторон. С другой стороны, контракты способны значительно ослабить конфликт интересов между участниками экономического взаимодействия, а потому получают широкое распространение и более сложные формы в развитых обществах. Чем лучше сформулированы условия договора, тем больше стимулов и мотивов для всех сторон получить максимальные преимущества от кооперации.

При этом, актуальность теории контрактов не сводится исключительно к современному пониманию природы контракта. Экономическая адекватность контракта в большинстве случаев будет зависеть от специфики ситуации и институциональной среды.

Стоит отметить, что вопрос создания идеальных договоров не является революционным направлением изучения. Исследование содержания договорных отношений в экономической науке началось с 30-е гг. XX века, сначала в рамках институциональной экономической теории, затем – неинституциональной, и представлено в работах таких ученых, как Д. Коммонс, Т. Скочпол, И. Макнейл, Р. Коуз, Д. Крепс, К. Левелин, У. Меклинг и М. Дженсен, О. Уильямсон, Г. Демсец, П. Познер, Д. Норт, А. Шаститко, В. Лисин и К. Яновский и др. С 1970 года теория контрактов превратилась в огромную область экономической науки, на достижения которой опираются другие разделы — от корпоративных финансов до политической экономии. Вопросы решения проблем контрактных взаимоотношений удостоены Нобелевских премий в сфере экономики в 1972, 1983 и 1991 годах. Однако, в них не учитывались реальные проблемы, такие как информационные пробелы и неполные контракты. В период 1970-1980-х гг. были написаны и основные работы лауреатов Нобелевской премии по экономике 2016 года О. Харта, Б. Хольмстрёма. Именно их фундаментальные труды дают почву для более детального исследования отношений между принципалом и агентом в рамках теории контрактов.

Поэтому главная цель нашего исследования – определить значимость работ Нобелевских лауреатов 2016 года – О. Харта и Б. Хольмстрёма. Для достижения поставленной цели нами были выдвинуты и последовательно решены следующие задачи: 1) обозначены основные идеи, выдвинутые О. Хартом и Б. Хольмстрёмом; 2) дана оценка практического значения их исследований для современного общества; 3) проанализировано, удалось ли ученым в рамках теории контрактов решить насущные проблемы, связанные с управлением компанией.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Научные работы Нобелевских лауреатов О. Харта и Б. Хольмстрёма затрагивают различные области исследований, в них приводятся конкретные практические выводы и рекомендации – начиная от проблем в области корпоративных финансов, венчурного капитала и приватизации и заканчивая системой мотивации труда и выплаты вознаграждений в компаниях. Тем не менее, можно остановиться на тех темах, где вклад О. Харта и Б. Хольмстрёма оказался наиболее значимым.

Бенгт Хольмстрём: теория контрактов и «принципал-агент» конфликт

Экономистов давно волнует так называемая проблема «принципал – агент». Ведь лишь теоретически все хотят блага для компании, в которой работают, а на самом деле зачастую люди преследуют свои личные интересы. Принципал - тот, кто заинтересован в результате, агент - тот, от кого этот результат непосредственно зависит. Например, вы делаете ремонт в квартире, нанимая для этого работников. Вы - принципал, вам потом здесь жить. Работник - агент, он должен обеспечить результат за договорную плату. Но его интересы могут заключаться в том, чтобы минимальными усилиями получить свою плату, а это не устраивает вас.

Именно Бенгт Хольмстрём глобально занимался исследованием проблемы того, как сблизить цели принципала и агента. Его интересовали отношения собственника бизнеса и топ-менеджмента, сотрудников внутри компании, изменение поведения после страхования имущества и другие подобные вопросы. Очень часто они сводились к мотивации человека и его поведенческим реакциям.

Под контрактами Бенгт Хольмстрём понимал не только договоры и нотариально заверенные контракты, но и многогранный мир человеческих взаимоотношений в части, где речь идет об имуществе, вознаграждении, мотивации к работе и других экономических вопросах.

Классическая модель контракта описывается им так: между принципалом и агентом есть договорённость, по которой агент выполняет определённые действия в интересах принципала. Принципал не может напрямую наблюдать за действиями агента и это создает «моральный риск» [3, с.75]: у агента возникает стимул к недобросовестному (оппортунистическому) поведению в собственных интересах. Типичный пример: собственник фирмы делегирует менеджеру полномочия по управлению бизнесом. Менеджмент зачастую принимает решения, выгодные с точки зрения прибыли и личного вознаграждения, но

рискованные с точки зрения долгосрочной стабильности бизнеса. По мнению специалистов, именно это стало одной из причин глобального финансового кризиса 2008–2009 годов, поскольку системы материального вознаграждения топ-менеджеров, разработанные в условиях дешёвых денег, напряженной конкуренции и мягкого регулирования, слишком часто поощряли необдуманные сделки, краткосрочную выгоду без адекватного рассмотрения долгосрочных последствий.

В результате оппортунистического поведения участников контракта возникает так называемый «принципал-агент конфликт». При этом у принципала появляется новая задача: найти способы, посредством которых ему удастся стимулировать агента действовать в собственных интересах. Всё это должно отражаться в контракте, который предоставляет агенту сильные стимулы (если вознаграждение напрямую зависит от конечного результата) или слабые стимулы (если наблюдается обратная ситуация), а также страхует агента путём минимизации его риска [4, с.13-14].

В случае, когда усилия подчинённого находятся под контролем его начальства, ситуация оппортунистического поведения не возникла бы, потому что принципал бы просто заставил агента выполнять свои обязательства. Однако на практике это не так. Подчинённые склонны действовать в личных интересах, пренебрегая последствиями своих решений, которые, в конечном итоге, могут отразиться на результатах деятельности всего предприятия. И это будет продолжаться до тех пор, пока начальство не попытается измерить показатели, раскрывающие информацию о действиях подчинённого, и уже на основании полученных данных принципал сможет вознаграждать или, наоборот, наказывать агента за конечный результат его деятельности.

Этот тезис стал основным в теореме о достаточной статистике Бенгта Холмстрёма, которая заключается в следующем: «в классической постановке задачи с оппортунистическим поведением подчинённого начальник должен использовать всю доступную информацию, помогающую ему судить о действиях подчинённого и, наоборот, не включать в определение компенсации те факторы, которые не находятся во власти подчинённого» [5], поскольку это, с одной стороны, обременит подчинённого излишним риском и, с другой, не создаст стимулов для дальнейшей работы и выполнения своих обязательств.

В идеале вознаграждение, которое принципал платит агенту, должно основываться на наблюдаемых и проверяемых переменных, но на практике ни один из таких критериев, как, например, рыночная капитализация компании или ее чистая прибыль, не обеспечивает оптимальных результатов для обеих сторон. Соответственно, если агенту платят «плоскую» зарплату, которая ни от чего не зависит, то, конечно, он будет просто делать то, что ему нравится. Чтобы создать стимулы, нужно сделать его компенсацию (оплату, продвижение по службе, риск увольнения) чувствительной к результатам его труда. Однако при этом для него появляется риск — он не полностью контролирует результат, играют роль случайности, работа коллег и т.д.

Чаще всего наиболее явной информацией, на основании которой делается вывод о результатах работы агента, является объём выпуска, продаж или выручки компании. Однако существует и другая, общеизвестная информация, которая должна учитываться принципалом с целью более точного определения уровня усилий

агента. Этот тезис лег в основу знаменитого принципа информативности Бенгта Хольмстрёма (1979), который подразумевает, что в оптимальном контракте оплата труда агента должна зависеть от переменных («сигналов»), которые обеспечивают информацию о его действиях, отделяя случайные факторы («шум»), не связанные с действиями агента [3, с.80-83]. Если ставить вознаграждение агента в зависимость от абсолютного параметра (например, от капитализации фирмы), то «плохой» агент может выигрывать просто от хорошего состояния экономики или рынка, а «хороший» — проигрывать от плохой ситуации в экономике. Разумеется, эта схема не является эффективной. В примере с вознаграждением менеджера принцип Б. Хольмстрёма означает, что недостаточно привязать зарплату к стоимости акций только его компании: котировки во многом зависят от факторов, находящихся за пределами контроля менеджмента. Более правильное решение — учитывать стоимость акций и других компаний, например, из той же отрасли. Цена акций относительно стоимости сопоставимых фирм — более информативная переменная.

Таким образом, принцип информативности решает проблему перераспределения богатства между участниками контракта, если речь идёт о заработной плате работника.

Помимо прочего, Бенгт Хольмстрём (1982) разработал теорию динамических стимулов [6]. В отличие от классической теории контрактов в ней предусмотрена ситуация, когда для работника нельзя создать стимулы, но он все равно работает много, чтобы заработать хорошую репутацию, произвести впечатление на рынок и сменить работу при исчерпании возможностей на своем нынешнем месте. Однако, может наблюдаться и обратная ситуация: многие работники сознательно не раскрывают полностью свои способности и компетенции, чтобы не давать руководителям основания эксплуатировать эти компетенции всё больше и больше.

Если в своей первой работе Бенгт Хольмстрём [3] предполагал, что агент выполняет одну задачу, то совместно с Полом Милгромом (1991) он исследовал модель, где работник сосредоточен на нескольких задачах одновременно, отследить результаты которых работодателю сложно [7]. Поэтому принципал заинтересован в предоставлении слабых стимулов агенту, дабы помешать ему выполнить эти задачи.

Прямым приложением модели многозадачности является привязка зарплат школьных учителей к результатам ЕГЭ в России. Ориентируясь на конечный результат экзамена, преподаватели зачастую пренебрегают тем, чтобы учить школьников объективно мыслить, развивать логическое мышление и концентрируют внимание лишь на одной цели – удовлетворительной сдаче государственных испытаний, от которых напрямую зависит зарплата педагога.

Таким образом, Бенгт Хольмстрём, акцентирует внимание на том, что важно добиться в контракте правильного баланса между рисками и стимулами обеих сторон. В дальнейшем ученый применил свой принцип к большому числу реальных ситуаций, возникающих в бизнесе. Например, когда сотрудники поощряются не только деньгами, но и карьерным ростом; когда менеджерам приходится параллельно решать множество задач или когда часть работников пренебрегают своими обязанностями, прикрываясь успехами коллег.

Вклад Оливера Харта в развитие теории неполных контрактов

В условиях асимметричности информации и склонности агентов к оппортунистическому поведению возникает необходимость в составлении такого контракта, который бы минимизировал риски его сторон. Поскольку оформление полного контракта является длительным процессом, требующим немалого количества затрат времени и средств, особо популярным способом оформления отношений в современном мире стали так называемые «неполные контракты».

Формализуя идеи Рональда Коуза и Оливера Уильямсона, в 1980-х годах английский учёный Оливер Харт обратил внимание на неполные контракты, в которых не до конца прописаны все ситуации, возникающие в процессе сотрудничества сторон. Поскольку предусмотреть всё невозможно, каждый контракт в чём-то неполон; в этом случае особенно важно прописать в контрактах ответственность сторон за принятие решений в различных непредвиденных обстоятельствах, за невыполнение своих обязательств, а также за распределение ресурсов.

Исследования Оливера Харта начались, когда он и его соавтор Сэнфорд Гроссман задались вопросом: «Почему одна фирма покупает другую вместо того, чтобы сотрудничать с ней?» [8, с. 94]. Это дало толчок к развитию нового вектора теории контрактов, за что в 2016 году совместно с Бенгтом Хольмстрёмом ученый был удостоен Нобелевской премии.

Неполнота контракта может быть обусловлена различными причинами: нежеланием агентов углубляться в детали сделки, сложности юридического сопровождения контракта, дополнительные расходы в случае судебных тяжб и т.д. О. Харт и его соавторы не стали задаваться целью выделения критериев оптимального неполного контракта, а разработали совершенно другой подход. В модели Гроссмана-Харта [9] существует два участника контракта («игроки»), которые заинтересованы в получении выгоды от совместного взаимодействия. Достичь желаемого результата получится с помощью распределения прав принятия решений в будущем при наступлении непредвиденных обстоятельств двумя путями: 1) путём передачи прав владения фирмой; 2) путём контроля деятельности фирмы или её частей. Каждый игрок действует по следующей схеме: сначала инвестирует средства, а потом предпринимает некоторое производственное действие. Например, в качестве игроков могут выступать разработчик и агент по продажам; разработчик направляет собственные инвестиции в создание нового продукта, а торговый агент – на создание и развитие каналов сбыта этого продукта на рынке.

Основной выбор между двумя типами возможной организации игроков представлен: 1) вертикальной интеграцией, когда один из игроков получает право выбирать действия для обоих игроков, или 2) отсутствием интеграции, когда каждый из игроков выбирает своё действие.

Заметим, что у каждого игрока были бы оптимальные стимулы инвестировать в такой общий проект, если бы каждый игрок мог получать полный предельный суммарный доход (для обоих игроков) от своих

инвестиций. Этого можно достичь, если игроки могли бы составить контракт, специфицирующий инвестиции или хотя бы (при некоторых дополнительных условиях) действия каждого из игроков.

При отсутствии контракта различные организационные формы предоставляют разные стимулы для инвестирования каждого игрока. В случае собственного владения фирмой (то есть контроля над действием другого игрока) стимулы осуществлять собственные инвестиции самые сильные, а, соответственно, для другого игрока – самые слабые. А в случае раздельного контроля стимулы средние для каждого игрока и достичь общей экономической эффективности не получится.

Несомненно, наличие контракта и оговоренных в нём условий и прав для обеих сторон является своеобразной страховкой от рисков. Однако, следует помнить о том, что та сторона, которая наделена правом решения при наступлении случайных событий, также будет диктовать свои условия при заключении более выгодной сделки. Соответственно, стимулов у этой стороны будет больше, в то время как стимулы стороны с меньшим правом голоса будут слабее. В сложной контрактной ситуации передача права решения также становится альтернативой оплате по производительности.

В модели Гроссмана-Харта сделан следующий вывод: если инвестиции одного из участников особенно важны для общей успешности проекта, то оптимально предоставить права контроля именно этому участнику. А если такого участника нет, то лучше распределить права контроля.

Оливер Харт и Джон Мур существенно обобщили модель, расширив ее на множество участников и активов (или частей) фирмы. Они пытались ответить на вопрос о том, как эффективно распределить имущественные права на материальные активы, если контракт заключён между более чем двумя сторонами, а также должны ли быть эти права собственностью одной фирмы или распределены между несколькими фирмами. Например, исследователь создал некий продукт, который необходимо реализовать на рынке. Предположим, что для этого необходимо разработать определенную рекламную кампанию и задействовать особый канал сбыта. Кому в данном случае будут принадлежать права на этот продукт и на большую часть прибыли? Ведь в конечном результате, полученная прибыль будет распределена между участниками сделки, но каждый из участников приложил разные усилия для достижения конечной цели.

Если возникает сложность в составлении реалистичного контракта, то изобретателю продукта стоит сосредоточить право собственности на все активы в одной компании, даже если это приведет к недостатке производства и распространения товара. Он является стороной, которая должна внести больший объём инвестиций по сравнению с другими участниками сделки, поэтому изобретатель также больше нуждается в преимуществе для будущих переговоров, что, в свою очередь, может преобразовать имущественные права в активы.

Общий результат заключается в том, чтобы оптимально давать больше контроля тем (и над теми активами), чьи инвестиции или возможности использовать такие активы более продуктивны в увеличении общего излишка. О. Харт и его соавторы значимо развили теорию организаций, которая получила название «модель Гроссмана-Харта-Мур» [10], позволив явно говорить о границах фирмы. Этой моделью была

предпринята попытка устранить проблему распределения прав собственности и контроля в зависимости от роли усилий каждого из участников, а не только от абстрактных транзакционных издержек.

Исследования Оливера Харта позволили глубже изучить проблему неполноты контрактов. Важно понять, кто из сторон и на основании чего будет иметь право принимать решения в случае внештатной ситуации. По сути, наделение этим правом эквивалентно возможности выполнения функции собственника. В то же время собственник наделяет на практике своими полномочиями то или иное лицо, давая контроль над бизнесом и принятием ключевых решений. Модели Гроссмана-Харта-Мур позволяют найти выход из сложившейся ситуации с максимальным выигрышем для всех сторон, а также помогают собственнику ответить на вопрос, как защитить свои права на имущество и активы.

Практическая значимость теории контрактов в современном обществе

Основная заслуга Нобелевских лауреатов 2016 года состоит не только в концептуально новом подходе к изучению теории контрактов. Разработанные Б. Хольмстрёмом и О. Хартом модели имеют практическое обоснование и применяются во многих сферах жизни общества.

М. Бертран и С. Мумаинатан протестировали выполнение принципа информативности Бенгта Хольмстрёма (2001), используя данные о заработках генеральных директоров компаний [5, с. 15].

Уровень вознаграждения директоров часто зависит от результатов деятельности компаний, например, от цены акций. Однако цена акций одной компании зависит и от многих других факторов, которые не находятся под контролем директоров. Если цены акций в большей степени зависят от внешнего «шума», то по контракту с сильными стимулами в зависимости от цены акции будет вознаграждаться «удача» генерального директора, а не его усилия.

Учёные выяснили, что в контрактах генеральных директоров не используются такие дополнительные характеристики, которые уменьшают роль факторов, не зависящих от усилий директора при его вознаграждении. Оказалось, что, в целом, большинству генеральных директоров платят за «удачу». Однако в компаниях, где есть доминантный или несколько больших владельцев пакетов акций, в контрактах учитывается дополнительная информация и существенно индексируется вознаграждение директоров. Объяснение таких эффектов достаточно простое. Так как генеральные директора участвуют в переговорах о контракте, то в случае отсутствия доминантного владельца фирмы и/или если владельцы слабо организованы, директора могут договориться о более выгодных (удобных) условиях для себя. В то же время доминантный владелец ведет себя в большей степени как принципал и соответственно выбирает более оптимальный контракт для себя, как и предсказывается в теории.

В ситуациях, когда в подчинении принципала работает несколько агентов и работодатель хочет снизить риск появления оппортунистического поведения своих подчинённых практическое применение получает модель стимулов для группы агентов, разработанная Бенгтом Хольмстрёмом. Особо часто ее используют, если агенты работают в партнёрстве, например, в бригаде. Чтобы партнёрство стало эффективным, требуется

привлечь внешнего игрока, третье лицо, нейтральное к риску, который мог бы взять на себя предоставление стимулов каждому агенту, получая или выплачивая дополнительное вознаграждение по необходимости. Это объясняет, почему партнёрства часто ищут внешнее финансирование и внешних управленцев.

Проверить предположения и выводы модели многозадачности можно на примере контрактов между нефтяными компаниями и заправочными станциями. Заправочные станции кроме бензина часто предоставляют какие-то другие услуги (возможность купить продукты или поесть, отремонтировать машину или провести техническое обслуживание). Эти дополнительные услуги имеют разное отношение к основной (продаже бензина). В случае продаж других товаров усилия по привлечению покупателей дополняют друг друга, а в случае ремонта выступают субститутами. Нефтяные компании, естественно, заинтересованы только в продаже бензина. В полном соответствии с выводами модели многозадачности контракты, которые предоставляют нефтяные компании станциям, содержат более сильные стимулы для станций с ремонтом (так как их хозяева имеют больше стимулов тратить свои усилия на другие цели), чем для станций с магазинами.

Один из многих эмпирических тестов теории неполных контрактов / теории распределения прав собственности предлагает К. Вудраф [4, с.19]. Он проанализировал структуру рынка обуви в Мексике (2002), в частности владельцев магазинов по продаже обуви, и показал, что в сегментах рынка, где мода меняется быстро, менеджеры магазинов с большей вероятностью будут владельцами, чем в других сегментах. Действительно, в быстро меняющихся сегментах усилия менеджеров по идентификации новых товаров, их заказу, привлечению покупателей существенно важны. И такие действия тяжело описывать в контрактах. А значит, для стимулирования усилий таких менеджеров оптимально, чтобы они имели контроль над магазинами.

Теорию распределения прав собственности можно применять и к вопросу о том, должна ли собственность быть государственной или частной. О. Харт, А. Шлейфер и Р. Вишни задали именно такой вопрос о возможной приватизации [11]. В теоретической модели они допустили несколько возможных типов инвестиций, как в модели многозадачности Хольмстрёма—Милгрома, и показали, что модель очень хорошо описывает последствия приватизации тюрем и приложима к другим похожим ситуациям: от вывоза мусора до образовательных услуг и медицинского обслуживания. В зависимости от владения частные компании в целом будут иметь более сильные стимулы для инвестирования и в уменьшение издержек, и в качество сервиса. Однако, как и с многозадачностью, поскольку уменьшение издержек легче наблюдать и измерить, стимулы уменьшать издержки могут оказаться слишком сильными. Соответственно, чем сильнее при таких стимулах снизится качество сервиса, тем больше шансов, что государственное владение (или контроль) будет оптимальным вариантом.

Теоретические изыскания Оливера Харта и его коллег могут быть применены при анализе сложных финансовых контрактов и приватизации активов. Роль в этой ситуации играет тот, кто именно может принимать решения — обладает формальными правами, а также реальными возможностями (информацией, необходимой для принятия разумного решения).

Так, ответ на вопрос, должны ли провайдеры общественных услуг (школы, больницы, тюрьмы и т.д.) быть частными или государственными, не является однозначным: приватизация позволяет сократить издержки бизнеса, но в то же время может привести к ухудшению качества. Интересно, что условия в американских частных тюрьмах зачастую хуже, чем в государственных, — именно поэтому федеральные власти США недавно приняли решение прекратить использование частных тюрем.

Теоретические основы учений Б. Хольмстрёма и О. Харта активно применяются страховщиками при заключении договора с клиентом. Страховые агентства предпочитают использовать франшизу, чтобы давать клиенту стимул бережно относиться к застрахованному имуществу, снизить риск наступления страхового события и, тем самым, уменьшить издержки сторон.

Одним из наиболее ярких примеров применения теории контрактов являются кредитные контракты. По условиям договора, при нарушении графика платежей по кредиту права на залоговое имущество переходят от заёмщика к кредитору (банку, кредитной организации и т.д.). Таким образом, происходит защита кредитора от риска невыплаты кредита со стороны заёмщика. Последний же, в свою очередь, приобретает стимулы к соблюдению условий контракта.

Теория контрактов также применяется в образовательной сфере: принцип информативности позволяет отделить «шумы», когда вуз выбирает лучших среди абитуриентов.

Неформальный контракт заключается между обучающимися и научным руководителем при организации научной деятельности. Эту ситуацию можно рассмотреть в нескольких аспектах теории контрактов. В первом случае мы имеем дело с распределением прав и полномочий. Чаще всего обучающемуся предлагается публиковать свои материалы в соавторстве с научным руководителем. Как правило, первым в списке автором указывается тот, чей вклад в работу оценивается больше всего. Обучающийся может не согласиться с тем, чтобы первым автором был указан его научный руководитель. Однако он также понимает, что ответственность за опубликованные материалы в большей степени лежит на научном руководителе. Поэтому соглашается с тем, чтобы его фамилия стояла не первой. С позиции научного руководителя это выглядит так: стимулы для публикации работ преподавателя достаточно сильны (поскольку от числа публикаций зависит авторитет научного деятеля, его успех в научной карьере и т.д.), однако и риски высоки, потому что ответственность за достоверность материалов больше и/или в большей степени «лежит на плечах научного руководителя». К тому же, научный руководитель выступает в роли координатора и главного редактора научных материалов, написанных в соавторстве с обучающимся.

Теперь рассмотрим эту ситуацию с позиции множественности задач. При написании научной работы обучающийся прилагает много усилий, поскольку выполняет ряд требований: работа должна быть оригинальной (с точки зрения проверки в системе «антиплагиат»), актуальной, содержать элементы новизны и иметь практическое значение. В виду того, что работы проходят проверку на уникальность текста, обучающийся концентрирует основное внимание именно на поддержании высокого уровня оригинальности, пренебрегая другими критериями. В результате полученная работа может быть оригинальной на 100% (если

обучающийся написал ее, оперируя собственными мыслями), однако быть неграмотно оформлена, не структурирована и не содержательна. Такая ситуация весьма актуальна и широко распространена в том случае, если обучающийся стремится не увеличить научный багаж знаний и получить определенные навыки, а заработать на своих трудах (например, накапливая определённое число публикаций для получения повышенной стипендии).

В связи с этим, многие научные журналы выдвигают жёсткие критерии отбора статей и тезисов для публикации, дабы стимулировать деятелей науки к более ответственному подходу к написанию своих работ.

ВЫВОДЫ

Благодаря исследованиям Бенгта Хольмстрёма и Оливера Харта мир стал другим: на Западе получила распространение практика так называемых опционов (будущее владение частью компании) для топ-менеджеров, отношения внутри компаний стали строиться по принципу «win-win» (выиграл ты - выиграл я), компании стали более открытыми во избежание излишней асимметричности информации между заинтересованными в их деятельности лицами, нематериальные аспекты мотивации людей стали превалировать над сугубо материальным вознаграждением.

Заслуга учёных также в том, что люди стали более ответственно подходить к процессу заключения контракта. Больше внимания сегодня уделяется тем факторам, от которых зависит заработная плата персонала.

Труды лауреатов Нобелевской премии по экономике 2016 года помогли заключать более продуманные, эффективные и сбалансированные контракты, что, как мы уже знаем, чрезвычайно важно, в условиях все усложняющейся мировой экономики и локальных и трансграничных систем соглашений. Кроме того, их разработки можно применять и в частной жизни — например, при заключении брачных контрактов. В этом случае прослеживается синтез экономики с социологией и психологией.

Таким образом, вклад Нобелевских лауреатов 2016 года Оливера Харта и Бенгта Хольмстрёма неоценим именно в смысле помощи в понимании реальных контрактов и институтов, а также «подводных камней» составления новых контрактов.

Перспективным направлением дальнейшего развития теории контрактов, на наш взгляд, является поведенческая экономика. Например, можно более детально изучить особенности заключения контрактов и сделок в рамках отдельных моделей экономического развития, учитывая национальные особенности принципа и агента. Это особенно актуально в период развития сетей транснациональных корпораций, где даже внутри одной большой компании заключаются сделки между ее филиалами, которые, как правило, находятся в разных странах.

Также, на наш взгляд, теория контрактов имеет определённые особенности в зависимости от сферы применения, что также служит объектом дальнейших исследований. Отношения в бизнес-среде, несомненно,

являются наиболее ярким примером, однако существуют такие институты, как семья, учебные заведения, социальные сети, государственные структуры, в которых имеет место заключение контрактов как в формальном, так и в неформальном виде. При этом важную роль играет мораль и нравственность, воспитание и ценности. Психологический аспект в данном случае диктует свои условия при заключении контракта.

Библиографический список

1. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. - СПб.: Экономическая школа, 1999. - Т. 2. - С. 376.
2. The Prize in Economic Sciences 2016: Popular Science Background. Contract Theory
3. Holmström B.R. Moral Hazard and Observability [Electronic resource] / B.R. Holmström // Bell Journal of Economics. - №10 (1). - 1979. - pp. 74-91. - URL: <https://faculty.fuqua.duke.edu/~qc2/BA532/1979%20Rand%20Holmstrom.pdf>. (the date of the address: 20.10.2017)
4. Измалков С. Основы теории контрактов (Нобелевская премия по экономике 2016 года – Оливер Харт и Бенгт Хольмстрём) / С. Измалков, К. Сонин // Вопросы экономики. - 2017. - № 1. - С. 5-21.
5. Суворов А.Д. Теория контрактов [Электронный ресурс] / А.Д. Суворов // Редакционно-издательский дом «ПостНаука». - 2015. - Режим доступа: <https://postnauka.ru/video/43679>. (дата обращения: 20.10.2017)
6. Holmström B.R. Moral Hazard in Teams [Electronic resource] / B.R. Holmström // Bell Journal of Economics. - №13 (2). - 1982. - pp. 324–340. - URL: <https://faculty.fuqua.duke.edu/~qc2/BA532/1982%20Rand%20Holmstrom%20team.pdf>. (the date of the address: 01.11.2017)
7. Holmström B.R. Multitask Principal-Agent Analyses: Incentive Contracts, Asset Ownership, and Job Design [Electronic resource] / B.R. Holmström, P. Milgrom // Journal of Law, Economics, and Organization. - Vol. 7. - 1991. - pp. 24-52. - URL: <https://faculty.fuqua.duke.edu/~qc2/BA532/1991%20JLEO%20Holms trom%20Milgrom.pdf>. (the date of the address: 01.11.2017)
8. Воронов Ю.П. О теории контрактов (о нобелевских премиях по экономике) [Электронный ресурс] / Ю.П. Воронов // Мир новой экономики. - 2017. - №1. - С. 92-102. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-teorii-kontraktov-o-nobelevskih-premiyah-po-ekonomike>. (дата обращения: 12.11.2017).
9. Grossman S.J. The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration [Electronic resource] / S. J. Grossman, O. D. Hart // Journal of Political Economy. - Vol. 94. - №4. - 1986. - pp. 691–719. - URL: https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/3450060/hart_costsbenefits.pdf?sequence=4. (the date of the address: 13.11.2017)
10. Hart O. Incomplete contracts and renegotiation / O. Hart, J. Moore // Econometrica. - Vol. 56. - №4. - 1988. - pp. 755-785.
11. Hart O. The proper scope of government: theory and an application to prisons / O. Hart, A. Shleifer, R. W. Vishny // Quarterly Journal of Economics. - Vol. 112. - №4. - 1997. - pp. 1127–1161.

УДК 330.3

Филиппович А.В. Обзор подходов к определению сущности цифровой экономики

Overview of approaches to the definition of the essence of the digital economy

Филиппович Андрей Владимирович,

студент-бакалавр,

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»,

Научный руководитель: **Волошин Андрей Владимирович,** кандидат экономических наук,

доцент кафедры торгового дела и маркетинга,

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»,

Filippovich Andrey Vladimirovich,

The student-bachelor,

Siberian Federal University

Scientific adviser: Voloshin A.V., candidate of economic Sciences, associate Professor of the Department of Trade

and Marketing,

Siberian Federal University

Аннотация. В данной статье автор проводит исследование различных теоретических подходов к сущности определения цифровой экономики. Предложенное автором определение цифровой экономики позволяет более конкретно определить его сущность, а систематизированная классификация может быть использована в качестве инструмента его идентификации.

Ключевые слова: цифровая экономика, экономика высоких скоростей, экономика, предпринимательство.

Abstract. In this article, the author conducts a study of various theoretical approaches to the essence of the definition of the digital economy. The definition of digital economy proposed by the author allows to define its essence more specifically, and a systematized classification can be used as a tool for its identification.

Keywords: digital economy, high speed economy, economy, entrepreneurship.

Рецензенты: 1. Берг Татьяна Игоревна, кандидат экономических наук, доцент кафедры

математических методов и информационных технологий ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

1. Здрестова-Захаренкова Светлана Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

В 1995-ом году американский информатик Николас Негропonte преподающий в Массачусетском университете ввел в употребление термин «цифровая экономика». Данный термин в настоящий момент широко используется во всем мире, его употребляют политики, предприниматели и журналисты. В 2016 году в одном из главных докладов Всемирного банка был опубликован отчет о состоянии цифровой экономики в мире (доклад вышел под названием «Цифровые дивиденды»). Однако до сих пор содержание этого понятия остается размытым, четкого определения нет и в докладе Всемирного Банка.

Данная тема настолько важна, что даже обсуждается на уровне стран. Так на саммите «Группы двадцати» в Ханчжоу (2016 г.) была предложена «Инициатива развития и сотрудничества «Группы двадцати»

в области цифровой экономики», в которой цифровая экономика характеризуется как «широкий спектр экономических мероприятий, которые включают в себя использование оцифрованной информации и знаний в качестве ключевого фактора производства, современных информационных сетей как важного пространства для деятельности и эффективное использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) как важного фактора роста производительности и оптимизации структуры экономики»

Россия также, как и многие страны имеет намерение «цифровизовать» свою экономику. Можно даже сказать, что цифровая трансформация российской экономики становится одним из основных стратегических направлений ее развития. На это не раз обращал внимание Президент РФ В.В. Путин. В Послании Федеральному Собранию на 2017 год Президент поставил задачу подготовки специальной программы создания цифровой экономики. Но в полной мере о том, насколько она важна, насколько она требует безотлагательного решения, Президент высказался в июне 2017 г. на Санкт-Петербургском экономическом форуме. Появление в выступлении Президента РФ В.В. Путина развернутого тезиса о том, что цифровая экономика будет определять будущее и, по сути, является локомотивом развития страны, сразу обрело достойную и способную к его реализации аудиторию. А актуальность данной темы на сегодняшний день является одной из самых главных причин появления столь большого количества авторов, которые предлагают свою трактовку понятия «цифровая экономика».

Сложность данного понятия обусловлена неоднозначностью теоретических подходов так, как это весьма новая тема, тонкости которой еще только предстоит изучить. Автор статьи приводит ряд определений, которые, по его мнению, являются наиболее подходящими.

Например, Мещеряков Р.В. утверждает [7], что к термину «цифровая экономика» существует два подхода. Первый подход из «классической экономики»: цифровая экономика — это экономика, основанная на цифровых технологиях и при этом правильнее характеризовать исключительно область электронных товаров и услуг. Второй подход — расширенный: «цифровая экономика» — это экономическое производство с использованием цифровых технологий».

В свою очередь Якутин Ю.В. [2] говорит о том, что цифровая экономика является хозяйственной деятельностью, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяет существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг.

Схожее определение дает Энговатова А.А. [7], она утверждает, что «Цифровая экономика — это экономика, основанная на новых методах генерирования, обработки, хранения, передачи данных, а также цифровых компьютерных технологиях».

Иванов В.В. [7] дает данному понятию наиболее широкое определение: «Цифровая экономика — это виртуальная среда, дополняющая нашу реальность».

Определение, данное Комаровой М.А. и Прокопьевой А.И. чрезвычайно похоже на определение, данное Ивановым В.В. Они утверждают, что цифровая экономика — это симбиоз виртуальной и реальной экономики, базирующийся на взаимодействии и создании общественных ценностей.

Евтянова Д.В. [4] считает цифровую экономику ничем иным, как автоматизированным управлением хозяйством на основе передовых информационных технологий; новым экономическим укладом, основанном на эффективном информационном управлении системой производства, в котором необходим современный мир для осуществления успешного экономического роста.

Исследования Леоновой К.С. помогли ей в своей работе изложить понятие, в котором под цифровой экономикой понимается совокупность общественных отношений, которые складываются при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объемов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и увеличения уровня социально-экономического развития государств.

Высказываясь по поводу сущности цифровой экономики, Президент РФ Путин В.В. констатирует, что «цифровая экономика – это не отдельная отрасль, по сути – это уклад жизни, новая основа для развития системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы, всего общества». [8]

В ходе проведенного анализа разных аспектов данного понятия Паньшин Б.Н. [6] пришел к заключению, что технологически цифровая экономика представляет собой среду, в которой юридические и физические лица могут контактировать между собой по поводу совместной деятельности.

Пяткин В.В. [5], напротив, говорит о том, что цифровая экономика – это всего лишь синоним Электронной (веб-, интернет-экономика) экономики – то есть экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими электронными товарами и услугами.

Под цифровой экономикой А.Е. Зубарев [3] подразумевает системную совокупность экономических отношений по поводу производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг техно-цифровой формы существования.

Проведя собственное исследование, профессор Н.А. Журавлева [1] пришла к выводу, что экономика высоких скоростей- это способ ведения хозяйства, при котором основной эффект обнаруживается с помощью оценки стоимости времени как основного не возобновляемого ресурса.

В завершении статьи можно сделать заключение о схожести теоретических подходов к определению сущности цифровой экономики. Различные авторы трактуют данное понятие по-своему, на сегодняшний день нет единственно общепризнанного определения категории «цифровая экономика», что способствует развитию научной дискуссии.

Обобщение представленных в исследовании работ позволяет автору статьи рассматривать цифровую экономику как комплекс нововведений, вследствие которых большая часть производства как товаров, так и услуг потребует меньших затрат труда, что позволит уменьшить удельные затраты на производство, сделать товары и услуги более доступными и качественными.

Библиографический список

1. Журавлева, Н.А. Цифровая экономика как основа экономики высоких скоростей [Текст] / Н.А. Журавлева // Транспортные системы и технологии.- 2017.- №2 (8).- С.47-49
2. Якутин, Ю.В. Российская экономика: стратегия цифровой трансформации (к конструктивной критике правительственной программы «цифровая экономика российской федерации») [Текст] / Ю.В. Якутин // Менеджмент и бизнес-администрирование.- 2017.- №4.- С.27-52
3. Зубарев, А.Е. Цифровая экономика как форма проявления закономерностей развития новой экономики [Текст] / А.Е. Зубарев // Вестник тихоокеанского государственного университета.- 2017.- №4(47).- С.177-184
4. Евтянова, Д.В. Критерии создания цифровых платформ управления экономикой [Текст] / Д.В. Евтянова // Экономические системы.- 2017.- №3(38).- С.54-57
5. Пяткин, В.В. От информационного общества к цифровой экономике или к экономике знаний? [Текст] / В.В. Пяткин // Вестник современных исследований.- 2018.- №7.1(22).- С.244-246
6. Паньшин, Б.Н. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития [Текст] / Б.Н. Паньшин // Наука и инновации.- 2016.- №3.- С.17-20
7. Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин [электронный ресурс].- Режим доступа: <https://finance.rambler.ru/economics> (Дата обращения 21.12.2018)
8. Бигаев, З.В. Перспективы развития цифровой экономики в РФ [Текст] / З.В. Бигаев // Студенческий: электрон. науч. журн.- 2018.- №8(28).- С.
9. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы» // Собрание законодательства Российской Федерации. - 15.05.2017, N 20, ст. 2901
10. Волошин, А.В. Экономический механизм как инструмент повышения эффективности деятельности предприятий: сб. науч. статей [Текст] / А.В. Волошин // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право.- Севастополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2016. - С. 173-177.
11. Волошин, А.В. Конкурентоспособность региона как предмет исследования экономической науки [Текст] / А.В. Волошин, Ю.Л. Александров, С.Н. Шестов, Е.В. Белоногова // Фундаментальные исследования. - 2016. - № 10-1. - С. 113-118.
12. Волошин, А.В. Формирование механизма повышения конкурентоспособности организаций высшего образования на рынке образовательных услуг : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 [Текст] / А.В. Волошин [Место защиты: Сибирский федеральный университет]. - Красноярск, 2017. - 307 с.
13. Терещенко, Н.Н. Механизм управления эффективностью деятельности предприятий торгового бизнеса: монография [Текст] / Н.Н. Терещенко, Ю.Ю. Суслова, Е.В. Титова, Т.А. Клименкова.- Красноярск: ООО "ИПЦ" КаСС", 2005.- 440с.
14. Суслова, Ю.Ю. Качество жизни населения, как комплексный показатель оценки рыночной инфраструктуры города [Текст] / Ю.Ю. Суслова // Проблемы современной экономики. - 2008.- № 4 (28). -С. 415-419.
15. Белоногова, Е.В. Методические подходы к оценке эффективности систем материального стимулирования труда работников торговых организаций [Текст] / Е.В. Белоногова, Ю.Ю. Суслова, А.В. Волошин // Фундаментальные исследования. - 2016. - № 8-1. С. 96-101.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 1/2019

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. 9,1. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна

Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород, пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1