

Экономические исследования и разработки

Выпуск 2, ФЕВРАЛЬ 2019 год

Научно-
исследовательский
электронный журнал

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 2/2019

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» – №2 – 2019. – 154 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

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ 8

Байнова М. С., Балдан А. В. Проблемы и рекомендации управления стратегическим развитием региона 8

Крамаренко А.В., Макрусов В.В. Управление таможенными органами на основе проектного подхода 13

МЕНЕДЖМЕНТ..... 23

Горбачев В.С. Рыночная система координат и тенденции развития маркетинга в современных условиях 23

Горбачев В.С. Специфика продвижения продукта в условиях насыщения рынка 29

Ежова Л.С., Воронин А.В., Аракелян А.М. Развитие организационной культуры команды проекта 35

Ежова Л.С., Воронин А.В., Аракелян А.М. Современные технологии управления командой проекта 39

Костоева З.А. Влияние властной доминанты на внутренний потенциал менеджера 43

Костоева З.А., Горбачев В.С. Перфекционизм в формировании корпоративной культуры сервисной компании 47

Шарипов К.В., Петросян А.А. Исследование системы межорганизационного обмена опытом в Администрации г. Магнитогорска..... 53

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА..... 60

Коломийцева В.Ю., Побирченко В.В. Иммиграционные процессы в Европе в условиях глобализации 60

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА..... 67

Емельянова Е.В., Харчикова Н.В. Оценка сильных и слабых сторон инфраструктурного обеспечения инновационной деятельности Калужской области и реализации региональной инновационной политики..... 67

Кожин В.А., Шагалова Т.В. Эволюция бюджетирования на различных стадиях внедрения в организациях Нижегородской области..... 74

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ 90

Зернова Л.Е. Оценка репутационного риска коммерческого банка..... 90

Зернова Л.Е. Системы стимулирования труда банковского персонала 98

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА..... 109

Шевченко Ю. С. Ладанова В. Ю. Оценка эффективности формирования и использования оборонных активов ОАО «МОК «Братковский»..... 109

ЭКОНОМИКА ТРУДА..... 116

Пильчук М.Д., Рубцов А.В., Безруких А. Д. Исторический опыт формирования человеческого капитала для базовых отраслей экономики в 1920-30-е годы посредством кинематографа (на примере металлургии) 116

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ 121

Батьковский М.А., Кравчук П.В., Стяжкин А.Н. Оценка экономической эффективности инновационного производственного развития радиоэлектронной промышленности 121

Потеев А.Т., Попович О.Н. Модернизация основного производственного капитала и технологий – главное условие экономического роста современной экономики России 128

Потеева М.А., Казарина А.Г. Методологические проблемы диагностики состояния и эффективности использования основных фондов Республики Крым 136

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ..... 143

Абрамян С.А. Тенденции изменения уровня и качества жизни населения в России 143

Тополева Т.Н. Концептуальные основы сбалансированного экономического развития регионов..... 149

Государственное управление

УДК 33

Байнова М. С., Балдан А. В. Проблемы и рекомендации управления
стратегическим развитием региона

Problems and recommendations of management strategic development of the region

Байнова М.С

К.с.н., доцент кафедры менеджмента
и административного управления
Российского государственного
социального университета

Балдан А.В

магистрант кафедры менеджмента и
административного управления
Российского государственного
социального университета

Bainova M.C

Candidate of Social Sciences, Associate Professor,
of the department of management and
administrative management
of Russian State social university

Baldan A.V

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

***Аннотация.** В статье рассматриваются основные проблемы и риски при составлении стратегических документов. Влияние социально-экономических процессов на риски может привести к большим финансовым потерям региона. Поэтому необходимо вовремя выявить и классифицировать проблему и провести определенные мероприятия по совершенствованию стратегических документов.*

***Ключевые слова:** регион, стратегический документ, проблемы, социально-экономический, рекомендации.*

***Abstract.** The article discusses the main problems and risks in the preparation of strategic documents. The impact of socio-economic processes on risks can lead to large financial losses for the region. Therefore, it is necessary to identify and classify the problem in time and take certain measures to improve the strategic documents.*

***Keywords:** region, strategic document, problems, socio-economic, recommendations.*

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

Основной причиной неэффективности предприятий государственного сектора Республики Тыва в отличие от других субъектов является высокий уровень транспортных издержек. Проблема высоких транспортных издержек влияющих на снижение конкурентоспособности продукции региональных производителей отмечается так же в других субъектах Российской Федерации. Так, в Стратегии развития Республики Тыва отмечается, что в республике имеются возможности для добычи каменного угля в объемах, ориентированных на удовлетворение потребностей рынков соседних регионов. Но существующая производственная база не имеет возможности вывозить товары регионального производства за пределы республики в экономически эффективных объемах по причине дороговизны автотранспортного сообщения с соседними регионами.

Тем не менее, уголь, хотя и незначительными партиями вывозится на автотранспорте в соседние субъекты, что свидетельствует о существовании спроса. Как отмечает А. Терещенко, президент ОАО «Красноярскуголь», что на фоне «сверхдорогой нефти и газа недооцененные ранее энергетические угли стали крайне востребованным товаром - причем в глобальном масштабе» [1]. Поэтому в качестве стратегической цели в Стратегии развития республики обозначается цель ликвидировать транспортную изолированность региона.

Мероприятия по строительству железнодорожной ветки «Кызыл — Курагино» уже учтены в Стратегии развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года. Предполагаемая протяженность линии составит 460 км, стоимость строительства в сопоставимых ценах 1 января 2007 года оценивается в 45,6 млрд. руб. По данным представленным в Стратегии развития железнодорожного транспорта средства будут освоены и объект будет построен к 2022 году [2].

На данный момент, на наш взгляд, данная цель является ключевой. Реализация данной цели предполагает появления нового элемента в структуре экономических отношений элементов региональной хозяйственной системы — железной дороги. Соответственно характер развития Республики Тыва будет выведена на принципиально новый качественный уровень, в рамках которого открываются новые перспективы для дальнейшего количественного роста показателей развития субъекта.

В проекте «Стратегии социально- экономического развития Сибири до 2020 года» обозначается, что разработка Элегестского угольного месторождения в Туве может в перспективе вывести регион в число лидеров по угледобыче в Сибирском федеральном округе [3].

Названные факторы являются причинами возникновения или усиления влияния прочих факторов социально-экономического развития Республики Тыва. Так, сопутствующая проблема низкой производительности труда является более сложной с точки зрения разрешимости. С одной стороны, низкая производительность труда является следствием соответствующего уровня денежных доходов населения слабо развитого субъекта. С другой стороны, высока доля неэффективных и убыточных предприятий, функционирование которых непосредственно связано с низкой производительностью труда. Так, по мнению Л.И.Нестерова, «... именно квалифицированный работник является гарантом повышения

производительности, высокой экономической эффективности, что ведет к увеличению объемов производства и в целом к экономическому росту» [1].

В программе развития Республики Тыва отмечается, что развитие малого и среднего бизнеса оставалось в числе перспективных направлений экономической политики. В малом предпринимательстве занято 30,9 тыс. человек (с учетом фермерских хозяйств), что составляет 30 процентов от общего количества занятых в экономике. В республике функционируют около 690 малых предприятий и 6,7 тыс. предпринимателей без образования юридического лица с наемными работниками в количестве 16,2 тыс. человек. Общее количество малых предприятий только за период 2015-2016 гг. возросло на 35%. Объем отгруженной промышленной продукции по итогам 2016 г., произведенной субъектами малого предпринимательства, составил 720 млн. рублей, что выше уровня 2015 года в фактических ценах на 12,5 процента, и составляет 23,3 процента от общего объема произведенных товаров и услуг. Предусматривается развитие инфраструктуры малого бизнеса [4].

Таким образом, можно отметить, что в содержательном плане в стратегических плановых разработках по социально-экономическому развитию Республики Тыва учтены те неявные угрозы, которые были выявлены нами в рамках данной исследовательской работы с помощью методов и алгоритмов современного многомерного статистического анализа. На примере Республики Тыва можно судить о тесной взаимной связи явных и неявных факторов как негативного, так и положительного воздействия на региональное развитие. Так же следует обозначить, что решение многих стратегических задач требует адекватного участия федерального центра. На данном этапе вывод региона из отстающего состояния предполагает решения двух групп задач:

- 1) Решения проблемы с научным и методологическим обеспечением процессов стратегического территориального планирования и управления в стране, вопросов взаимной увязки и согласованности стратегических плановых разработок, территориальных схем развития.

- 2) Непосредственной реализации намечаемых руководством субъекта стратегических мер воздействия на региональное развитие вне зависимости от факторов отсутствия системности и последовательности инициатив федерального центра по плановым разработкам.

Поэтому в рамках результатов факторного анализа с учетом особенностей развития субъектов нами может быть предложена для республики Тыва собственная оригинальная схема направлений стратегических преобразований:

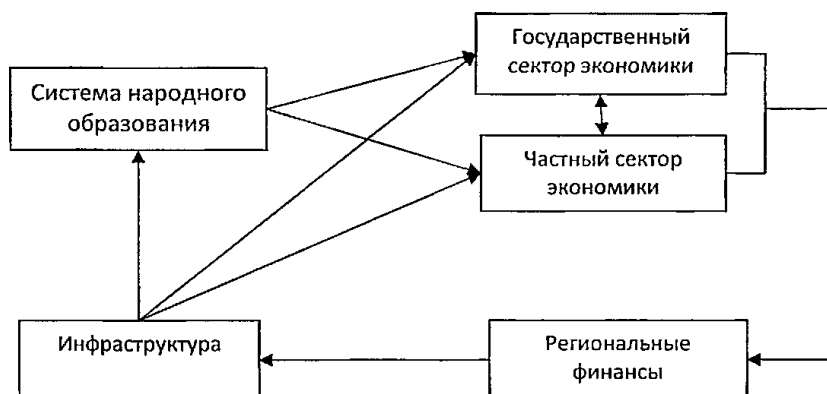


Рисунок 1. Схема взаимосвязей и направленности стратегических преобразований в Республике Тыва

На приведенной схеме приведена обобщенная стратегия развития региона на предстоящий период системных преобразований. Способы реализации данной стратегии должны найти адекватное решение и конкретизацию в программных мероприятиях на предстоящий период. В данном случае концепция отвечает на вопрос «Что надо сделать и почему?», задача стратегии ответить на вопрос «Каким образом?».

Предлагаемая схема соподчинения и взаимной увязки стратегических плановых разработок «основа-реализация» согласуется также с особенностями и формами проявления, выражающего суть диалектики, закона единства и борьбы противоположностей применительно к развивающимся системам типа «регион». В частности, закон взаимного перехода качественных и количественных изменений.

С одной стороны, достижение количественно определяемых конечных концептуальных целей в заданном временном промежутке, предполагает реализацию определенных качественных системно-структурных преобразований. В свою очередь стратегические направления развития, детализируясь и уточняясь, приобретают количественную определенность в рамках реализации конкретных программных мероприятий.

С другой стороны, было обозначено, что в целом социально-экономическая система в своем развитии проходит через череду качественных и количественных изменений. Было отмечено, что в одних условиях более рациональными с точки зрения развития региональной системы будут количественные изменения (роста, расширения, пропорций), а в других, соответственно, необходимыми будут являться именно качественные изменения (системные, структурные, функциональные).

В данных условиях для Республики Тыва наиболее важными являются именно качественные преобразования, которым, к примеру, может стать ликвидация транспортной изолированности региона. Со временем по мере достижения намеченных целевых установок, если выбранные на данном этапе стратегические позиции окажутся эффективными приоритеты в развитии региона могут поменяться кардинально. На первое место встанут вопросы роста, расширения и соблюдения количественных пропорций

в экономике и т. д. Исследование показало, что первоочередность тех и других преобразований зависит от фазы развития, в котором находится региональная система.

Библиографический список

1. Балакина Г.Ф. Современная Тува: социокультурный аспект развития // Социологические исследования. – 2005. – № 10. – С. 159–161. Ковалева.
2. Пчелинцев О.С. Регионы России: современное состояние и проблема перехода к устойчивому развитию // Вопросы прогнозирования. - 2014. - №1.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Стат. сб. /Росстат. - М., 2014. - 990с.
4. Стратегия развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года. (Утв. расп. Прав-ва РФ № 877-р от 17 июня 2008 года.) // Собрание законодательства РФ, № 29, 21.07.2008 г. (Часть 2) ст. 3537
5. Проект "Концепции совершенствования региональной политики в Российской Федерации" // www.minregion.ru
6. Проект Стратегии социально-экономического развития Сибири до 2020 года. Версия от 26 февраля 2009 года.

УДК 33

Крамаренко А.В., Макрусов В.В. Управление таможенными органами на основе проектного подхода

The control of the customs authorities by the project management

Крамаренко А.В.

студент

Российская таможенная академия

Научный руководитель

Макрусов В.В.

Доктор ф.-м. наук, профессор кафедры управления

Российская таможенная академия

Kramarenko A. V.

student

Russian customs Academy

Scientific adviser

Makrusev V.V.

Dr. F.-M. sci., Professor of management Department

Russian customs Academy

Аннотация. В данной статье рассматриваются теоретические положения методов управления проектами применительно к таможенным органам, входящими в интеграционные объединения. Объектом исследования являются таможенные органы, методами - синтез, дедукция, индукция, абстрагирование; методы логического и сравнительного анализа. Рассмотрение развития таможенных органов с применением проектного подхода на примере опыта Европейского союза (Далее – ЕС) позволило прийти к следующим выводам: совершенствование таможенного института происходит с участием модернизации существующих технологий, правового обеспечения, операционной области и специфических механизмов с привнесением качественно новых направлений на уровне целостного видения, идей и правил; система таможенных органов является стратегически вложенной системой по отношению к системе государственного управления, что подтверждается соответствием на уровне параметров достижения целей и задач.

Ключевые слова: управление, таможенные органы, таможенный институт, проектный подход, европейский союз, стратегическое развитие.

Abstract. This article includes theoretical provisions of management in integrated customs' authorities programs. The object of the study are customs authorities, methods include synthesis, deduction, induction, abstraction; methods of logical and comparative analysis. Consideration of the development of customs authorities using the project approach on the example of the experience of the European Union (Hereinafter – the EU) led to the following conclusions: improvement of customs institute happens to participation of modernization of the existing technologies, legal support, operational area and specific mechanisms with introduction of qualitatively new directions at the level of complete vision, the ideas and rules; the system of customs authorities is strategically enclosed system in relation to the system of public administration that is confirmed by compliance at the level of parameters of achievement of the goals and tasks.

Keywords: management, customs, customs institute, project management, European Union, strategic development.

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

Влияние ряда участников на совместную проектную деятельность содержит сложность в виде нейтрализации фактора индивидуального совершенствования. Кардинальная смена направлений развития, качественно новый уровень межгосударственного взаимодействия, возможность наращивания потенциала - политически окрашенные последствия.

Следовательно, реализация проектов, даже при наличии ресурсов и необходимости их исполнения, обладает косвенными задержками исполнения. Главным образом, это сказывается на факторе времени: управлению проектами в органах государственной власти предшествует длительный период формирования и формулирования в нормативных и правовых актах необходимости изменений, позиций, рекомендаций, решений и соглашений. И только после этого возможна работа по научному обоснованию проекта и непосредственно стратегическое планирование.

Актуальность темы обусловлена тенденциями современного этапа развития государственных органов исполнительной власти, который характеризуется проработкой реструктурированных или принципиально новых функций в формате реализации проектов. Специфика данного процесса заключается в учёте количества ведомств одного направления, которое подвержено изменениям в связи с тенденцией глобализации – интеграцией.

Инструменты проектного управления в формировании институтов

Важно понимать, что все функциональные и структурные изменения в таможенных органах определяются факторами, формирующими их институализацию [1]. Институциональные преобразования системы таможенных органов представлены на Рисунке 1:



Рисунок 1. Системно-логическое представление таможенного института

Источник: дополнено автором на основе [1]

Как следует из приведённой схемы, реализация проектов по модернизации таможенных органов находится в области последовательного формирования видения причин и итогов реализации проекта (и, что самое важное, - его воздействия на систему таможенных органов), идей, правил, механизмов, задач. Отражение этих элементов, в первую очередь, находится в базовых нормативных и правовых актах: стратегиях, концепциях, программах развития таможенных органов. Видение таможенной системы, сформированное в этих документах, - основа всей дальнейшей проектной деятельности [2].

Блок технологий и ресурсов представляется основополагающим для возможности непосредственного осуществления проекта. Технологии должны отвечать уровню потенциала в таможенной системе, а ресурсы должны давать максимальный результат при их минимально необходимом использовании [3].

Именно таким образом отражена проектная деятельность СЕФАКТ ООН, Рисунок 2:

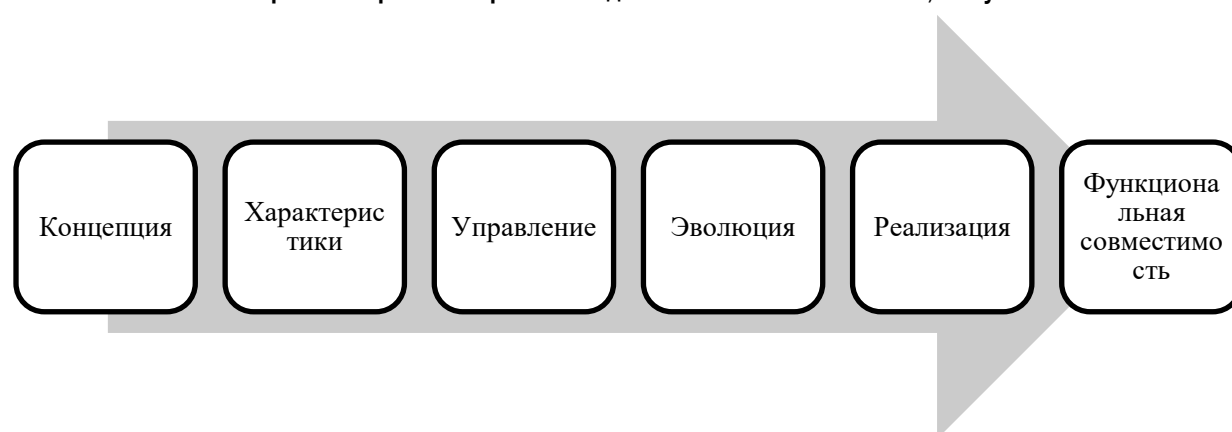


Рисунок 2. Схема создания проекта единого окна СЕФАКТ ООН

Источник: составлено на основе [4]

Определение «единого окна» приводится в рекомендации ЕЭК ООН №33: «Механизм, позволяющий сторонам, участвующим в международных торговых и транспортных операциях, подавать всю стандартизованную документацию с использованием единого пропускного канала в целях выполнения всех регулирующих требований, касающихся импорта, экспорта и транзита. Если информация предоставляется в электронной форме, то индивидуальные элементы данных следует предоставлять лишь один раз»[5].

В данном случае, этап «управления» по СЕФАКТ ООН соотносится с блоком «механизмы» системно-логического представления таможенного института. В этот этап в качестве инструментов и стандартов включён ряд рекомендаций ЕЭК ООН по управленческой, технической и методической стороне реализации проекта «единого окна».

На этапе реализации «единое окно» определяется как «проект политических реформ» [4]. И в данном контексте методы проектного управления сочетаются с управлением бизнес-процессами, что составляет особую сложность в масштабах анализа государственной деятельности и оказания государственных услуг.

Опыт проектного управления таможенными органами Евросоюза

Существуют иные примеры реализации межнациональных проектов. Например, опыт технологий реализации проектов в ЕС являются глубоким и всеобъемлющим. Проекты в этом интеграционном объединении носят системный характер для государств-членов союза. Они разрабатываются Европейской комиссией, уточняются в программах, снабжаются инструментами контроллинга в виде специфических показателей и собственной, независимой от третьих стран, аналитикой, сконцентрированной в Европейской комиссии.

Примечательно, что в европейской практике государственного управления понятие «проект» эквивалентно понятию «программа».

Наиболее всеобъемлющими проектами для органов государственной власти являются проекты по цифровизации. На данный момент известны 15 программ по цифровизации в странах, развивающихся в данном направлении [6; стр. 11].

Так, в продолжение анализа организации проектной деятельности в Европейском союзе, идёт параллельное развитие программ Europe 2020 [7] и The Customs 2020 [8] – они соответствуют и дополняют друг друга в области создания европейского цифрового пространства:

Таблица 1

Соотношение целеполагания общеевропейской и европейско-таможенной цифровых программ развития до 2020г¹

Europe 2020	The Customs 2020
1.Занятость	Специфические цели
2.Исследования и разработки	1.Компьютеризация
3.Изменения климата и энергетика	2.Обеспечение современных и согласованных подходов к таможенным процедурам и средствам управления
4.Образование	3.Облегчение законной торговли
5.Бедность и социальная незащищённость	4.Сокращение затрат соблюдения и административного бремени
	5.Усиление функционирования таможенных органов
	Операционные цели
	1.Проведение согласованной политики ЕС в области таможенного дела, подготовка соответствующего законодательства
	2.Разработка, совершенствование, эксплуатация и поддержка европейских информационных систем для таможенных органов
	3.Внедрение лучших практик работы и административных процедур, в частности, обмен международным опытом Повышение квалификации и компетентности сотрудников таможенных органов
	4.Повышение уровня компетентности сотрудников таможенных органов
	5.Укрепление сотрудничества между таможенными органами и международными организациями, третьими странами, другими государственными органами и уполномоченными экономическими операторами

Непосредственная взаимосвязь цели 2 Europe 2020 и специфической цели 1 The Customs 2020 выражена через финансирование: согласно Europe 2020 планируется достижение затрат на область исследований и разработок в размере 3% от ВВП государств-членов. Финансирование The customs 2020 ведётся в рамках «налоговой дисциплины (The Fiscals 2020 Programme, [9]) и её оценки (Fiscal Blueprints – [10], A Tax Administration Diagnostic Assessment Tool – TADAT - [11]).

Раскрывая параллель между программами стратегического развития Europe 2020 и Customs 2020 необходимо учесть систему мониторинга статистики достижения следующих целей [12]:

Цель «Занятость» предполагает достижение доли занятых европейцев в возрасте от 20 до 64 лет в размере 75% от общего количества трудоспособного европейского населения к 2020 году. Реализация этой цели оценивается по приросту валового внутреннего продукта, уровню безработицы, показателям экономической активности (обретению или утрате населением рабочих мест, возобновление трудовой активности в краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный период), образовательным достижениям (контроль потребностей в профессиональных навыках – соответствие требований работодателей и образовательных компетенций), демографической национальной и половозрастной структуре населения,

¹ Переведено и составлено автором, [5, 6]

созданию рабочих мест (учёт вновь трудоустроенных, заключение временных контрактов, динамика количества вакансий).

Цель «Исследования и разработки» предполагает к 2020 году достижение 3% вложений от валового внутреннего продукта государств-членов Европейского союза в область исследований и инноваций. Данная цель включает в себя: инновационную деятельность (в том числе, область эко-инноваций), обеспечение предприятий и домохозяйств широкополосным доступом в Интернет, повышение компьютерной грамотности физических лиц, увеличение количества патентных заявок. Особое внимание уделяется аспекту финансирования исследований, которое коррелируется с долей персонала, занятого «высокоинтеллектуальным трудом», долей предприятий, внедряющих инновационные разработки и экспортом высокотехнологичной продукции.

Цель «Образование» состоит в снижении до отметки в 10% количества учеников, не окончивших школу; повышении до 40% от общего количества европейцев в возрасте от 30 до 34 лет количества европейцев, имеющих полное высшее образование.

В качестве параметров достижения указанных целей выступают расходы на социальные нужды в области образования, динамика изучения иностранного языка среди европейского населения, состояние института дошкольного образования, доля учеников, имеющих трудности в изучении математики, естественных наук и чтении. Немаловажным является статус занятости по окончании обучения (после получения школьного и отдельно высшего образования), а также получение образовательных навыков в течение жизни. Отдельному учёту подлежат молодые люди без образования и трудоустройства и молодые люди, начинающие предпринимательскую деятельность.

Все параметры (или индикаторы) составляют блоки обозначенных целей программы стратегического развития Europe 2020. Для аналитических целей Европейской комиссией проводится ежегодное сопоставление фактических и плановых значений с использованием лепестковой диаграммы, которые составляют массив профилей стран ЕС (country profiles).

В свою очередь, обеспечение исполнения программы Customs 2020 в части достижения специфических целей (операционные цели в программе на уровне индикаторов конкретизации не подлежат) контролируется такими индикаторами, как [8]:

1. Обратная связь от участников программы в виде оценки сетевого эффекта программы и оценки совместных действий (сотрудничества) государств.
2. Количество рекомендаций к согласованию и внедрённых в правоприменительную практику рекомендаций по унификации (в соответствии с Программой) таможенных процедур.
3. Индикатор европейских информационных систем (рассчитывающийся на основе данных Общей коммуникационной сети - CCN) характеризует доступность хранилища данных для таможенных информационных систем государств-членов ЕС. При этом CCN должна быть доступна 98% времени.

4. **Правоприменительный индикатор** – учёт количества инициатив, проработанных в рамках совместного развития таможен европейского пространства. В частности, касающихся: интеллектуальной собственности, вопросов безопасности, борьбы с мошенничеством и поддержки безопасности в управлении цепями поставок.

5. **Индикатор доступности информационной системы:** приложения в области IT-технологий таможенного администрирования должны быть доступны не менее 97% рабочего времени и 95% от общего времени.

6. **Индекс лучших практик:** измерение эволюции в идентификации, развитии, разделении и применении лучших практик таможенного администрирования и административных процедур среди государств-членов ЕС, в которых были организованы действия по реализации программы Customs 2020, разработаны соответствующие индивидуальные рекомендации.

7. **Индекс развития кадрового потенциала:** повышение общего уровня профессиональной компетентности за счёт увеличения количества сотрудников, обучившихся по общей программе ЕС и повсеместного применения программ дистанционного обучения.

8. **Индекс вовлечённости органов исполнительной власти государств-членов ЕС:** измерение количества действий, инициатив, рекомендаций со стороны ведомств, отличных от таможенных служб, которые согласованы с программой Customs 2020 и направлены на достижение её целей.

Анализ раскрытия целей на уровне параметров выполнения (индикаторов) позволяет установить взаимосвязь проектов (программ) общего стратегического развития ЕС – Europe 2020 и стратегического развития таможенных администраций – Customs 2020 в части:

- реализации потенциала ЕС, а именно – совместного выхода государств-членов ЕС на сбалансированный уровень экономического развития с применением инструментов кооперации и сотрудничества ведомственных администраций;

- инновационного развития, а именно - внедрения IT-технологий в деятельность таможенных служб;

- повышения общего уровня профессионального образования, подготовки кадров с учётом вызовов современной макроэкономической обстановки, необходимости компьютеризации информационных систем.

Представление научной модели по приведённой зависимости уместно с использованием базовой модели управления (Рисунок 3). На примере функционирования института таможенного дела в ЕС проиллюстрирована роль параметров стратегического развития, заложенных через глобальный проект (Europe 2020) в проект развития таможенных органов (Customs 2020). В качестве нагрузки подразумеваются объёмы внешнеторговой деятельности Союза, а в качестве результата – эффективность, результативность и оперативность таможенного контроля с учётом успешности мер по модернизации непосредственно института таможенного дела.

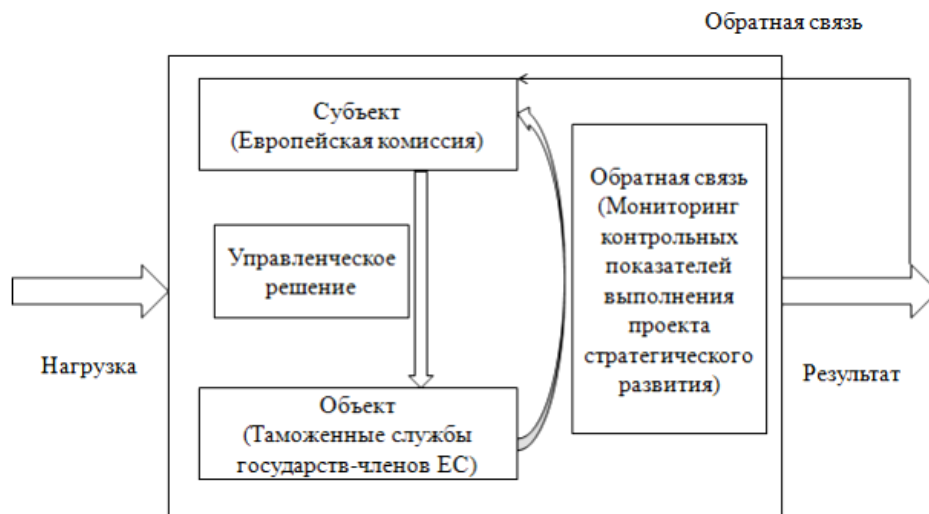


Рисунок 3. Схема формирования управляющего воздействия на таможенные службы ЕС с учётом инструментов обратной связи²

Выводы

Таким образом, проектное управление таможенными органами протекает под влиянием ряда факторов:

1. Учёт требований стратегического развития глобального (рекомендации ВТамО) и наднационального уровня (интеграционные объединения).
2. Достижение соответствия (и, по возможности, - опережения) между объёмами и особенностями внешней торговли и технологическими возможностями таможенного администрирования.
3. Формирование конкурентоспособного рынка труда, устойчивого в долгосрочной перспективе.
4. Поддержка инициатив таможенной модернизации со стороны ведомств со смежным функционалом (в разрезе реализации программ, внедрения практик кооперации, выдвижения рекомендаций).

Библиографический список

1. Макрусов В.В., Черных В.А. Управление таможенным делом / учебник. - М., Троицкий мост, 2012. 115с.
2. Макрусов В.В., Зеркин Д.Г., Месяц М.А. Современные подходы к управлению деятельностью таможенных органов. М.: Изд-во Российской таможенной академии, 2012.
3. Макрусов В.В. Таможенный менеджмент: учебник / В.В. Макрусов, А.Е. Суглобов. М.: ИТК Дашков и К, 2018.

² Составлено автором

4. Официальный сайт СЕФАКТ ООН. [Электронный ресурс]. Режим доступа World Wide Web. URL: <http://tfig.unece.org/RUS/contents/itinerary-02-start.html> (Дата обращения: 24.01.2019)
 5. Рекомендации ЕЭК ООН №33. [Электронный ресурс]. Режим доступа World Wide Web. URL: http://www.unece.org/fileadmin/DAM/cefact/recommendations/rec33/rec33_trd352r.pdf (Дата обращения: 24.01.2019)
 6. Доклад о мировом развитии 2016 «Цифровые дивиденды». Обзор. Всемирный банк, Вашингтон, округ Колумбия. Лицензия: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO
 7. Europe 2020 strategy. Targets [Электронный ресурс] Режим доступа World Wide Web. URL: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en
 8. Official journal of the European Union, L 347/209, Regulation (EU) No 1294/2013 of the European parliament and of the council of 11 December 2013 establishing an action programme for customs in the European Union for the period 2014-2020 (Customs 2020) and repealing Decision No 624/2007/EC [Электронный ресурс] Режим доступа World Wide Web. URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/tax_cooperation/fiscalis_programme/legal_texts_docs/customs_2020_regulation.pdf
 9. The Fiscals 2020 Programme [Электронный ресурс] Режим доступа World Wide Web. URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/fiscalis-programme_en
 10. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, Fiscal Blueprints – A path to a robust, modern and efficient tax administration. 2007 [Электронный ресурс] Режим доступа World Wide Web. URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/common/publications/info_docs/taxation/fiscal_blueprint_en.pdf
 11. The Tax Administration Diagnostic Assessment Tool (TADAT) [Электронный ресурс] Режим доступа World Wide Web. URL: http://www.tadat.org/files/TADAT_ProgramDocument_ENG.pdf
 12. Smarter, greener, more inclusive? Indicators to support the Europe 2020 strategy. – 2016 [Электронный ресурс] Режим доступа World Wide Web. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7566774/KS-EZ-16-001-EN-N.pdf/ac04885c-cfff-4f9c-9f30-c9337ba929aa>
1. Macrusev.V.V., Chernyh D.A. Customs Administration / tutorial - M., Trinity bridge, 2012. 115s.
 2. Macrusev.V.V., Zerkina D.G., Mesyach M.A. Modern approaches to customs management. bodies'. M.: publishing House of the Russian customs Academy, 2012.
 3. In Macroses.V. Customs management: textbook / V. V. Makusev, A. E. Suglobov. M.: ITK Dashkov I K, 2018.
 4. Official website of UN / CEFACT. [Electronic resource] Mode of access world wide web. URL: <http://tfig.unece.org/RUS/contents/itinerary-02-start.html> (date accessed: 24.01.2019)
 5. The UNECE recommendation No. 33. [Electronic resource] Mode of access world wide web. URL: http://www.unece.org/fileadmin/DAM/cefact/recommendations/rec33/rec33_trd352r.pdf (date accessed: 24.01.2019)
 6. World development report 2016 "Digital dividends". Review. World Bank, Washington, DC. License: creative Commons attribution CC by 3.0 IGO
 7. Europe 2020 Strategy. Objectives [Electronic resource] world wide web access Mode. URL: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en

8. Official journal of the European Union, L 347/209, regulation (EU) no 1294/2013 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013 establishing a programme of action for the customs Union for the period 2014-2020 (Customs 2020) and repealing decision no 624/2007/EC [Electronic resource] world wide web access Regime. URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/tax_cooperation/fiscalis_programme/legal_texts_docs/customs_2020_regulation.pdf

9. Program Fiscals 2020 [Electronic resource] access Mode world wide web. URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/fiscalis-programme_en

10. Luxembourg: office of official publications of the European communities, fiscal schemes – the way to a reliable, modern and efficient tax administration. 2007 [Electronic resource] world wide web access Mode. URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/common/publications/info_docs/taxation/fiscal_blueprint_en.pdf

11. Tax administration diagnostic assessment tool (TADAT) [Electronic resource] World Wide Web access Mode. URL: http://www.tadat.org/files/TADAT_ProgramDocument_ENG.pdf

12. Smarter, greener, more inclusive? Indicators in support of the Europe 2020 strategy. - 2016 [Electronic resource] world wide web access Mode. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7566774/KS-EZ-16-001-EN-N.pdf/ac04885c-cfff-4f9c-9f30-c9337ba929aa>

Менеджмент

УДК 33.338

Горбачев В.С. Рыночная система координат и тенденции развития маркетинга в современных условиях

Market coordinate system and marketing trends in modern conditions

Горбачев Владимир Станиславович

Старший преподаватель
Кабардино-Балкарский Государственный Университет
Россия, г.Нальчик
Gorbachev Vladimir Stanislavovich
Senior Lecturer
Kabardino-Balkar State University
Russia, Nalchik

Аннотация. В статье рассматриваются направления развития и новый взгляд на будущее маркетинга. Неопределенность и неупорядоченность рынков, а за ними сбыта и спроса, надо признать фактом. Показано, что бизнесу нужен анализ, эксперимент и трансформация, а это активное взаимодействие не только с потребителем, или внутри компаний, но и со смежными нишами и рынками. Делается вывод о том, что старые методы и инструменты маркетинга, конечно, остаются, но не они уже определяют будущее развитие. Деловой мир должен научиться работать в неопределенности и непредсказуемости, в условиях высокой скорости изменений.

Ключевые слова: Неопределенность, конкуренция, инвестиции, трансформация, импортозамещение.

Abstract. The article discusses the direction of development and a new look at the future of marketing. The uncertainty and disorder of the markets, and behind them sales and demand, must be recognized as a fact. It is shown that business needs analysis, experiment and transformation, and this is an active interaction not only with the consumer, or within companies, but also with adjacent niches and markets. It is concluded that the old methods and tools of marketing, of course, remain, but they do not already determine future development. The business world must learn to work in uncertainty and unpredictability, in conditions of high speed changes.

Keywords: Uncertainty, competition, investment, transformation, import substitution.

Рецензент: Волошин Андрей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент кафедры торгового дела и маркетинга ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Общество стремительно вошло в информационную эру, и наше мировоззрение не готово пока охватить и осознать будущие изменения в бизнесе. Полная автоматизация всех процессов, искусственный интеллект, все распознается и шифруется, тайн конкуренции не существует, так как соцсети все расскажут, потребитель преподносит производителю сплошные «подарки», которые невозможно было предвосхитить, особенно это касается новых продуктов.

Противоречия очевидны и мы их наблюдаем повсеместно. В связи с этим рассмотрим, что является собой маркетинг в последние годы, и почему необходимо объединение людей, процессов и продуктов, чтобы обеспечить «новый маркетинг», новое производство и сбыт. Актуальность рассматриваемой темы определяется необходимостью укрепить конкурентные позиции компании на рынке. Без продвижения собственных продуктов, их правильного позиционирования в рыночном пространстве успех любой компании будет носить случайный характер [1].

Существует мнение, что классический маркетинг ушел. Не будем к слову «маркетинг» приписывать 2.0, 3.0, менять ударение, добавлять суффиксы или прилагательные. Классический маркетинг ушел.

Никогда классический маркетинг не давал точных ответов, за исключением статистических методов, которые были взяты из самой науки – статистики. Все инструменты маркетинга и сам классический маркетинг помогал систематизировать все процессы в продажах, находить новые сбои в системе, благодаря чему можно было развивать каналы продаж, логистику, брендинг, рекламу и многое другое [2]. Да и рынки менялись не так быстро, поэтому методы маркетинга «успевали» за рынками.

То, что классический маркетинг ушел, наверное, поняли уже все. Пришел интернет, который IT превратил в доминирующий рабочий инструмент компаний. Скорость информации стала править всем в бизнесе. Система, то есть сами рынки, изменились, а проблему степени изменения компаний еще только предстоит осознать.

Нельзя объяснить спрос только старыми методами, которые имеем: опросы, фокус-группы дают ошибки. SWOT-, PEST-анализ – вполне наглядные таблицы, графики, но это просто хорошая систематизация информации. Объем рынка, цены, конкуренты, CAPEX, OPEX – необходимый анализ затрат, конечно, надо исследовать. Надо считать NPS (Net Promoter Score) – показатели лояльности клиентов, надо считать десятки показателей и считать регулярно [3].

Но надо быть готовым, что мнение потребителя может измениться быстро. Поэтому, опросив потребителя обо всем сегодня, никто не застрахован от ошибок завтра, и чем меньше данных на входе, тем больше ошибок.

Экстраполяция будущих тенденций из текущих тенденций перестала работать [4]. Нельзя, изучив работу рынков в течение последних трех лет, с уверенностью сказать, что рынок продолжит такое же движение и дальше. Этому сотни примеров. Например, всем известные дороги: в строительстве дорог все время ошибки в расчете загруженности трафика, и это не «специальные» ошибки, как думают некоторые. Или другой пример, молочное или любое пищевое производство выводит на рынок новый продукт – а он уже устарел и потребителя нет. Венчурные инвестиции раньше давали доходность в отношении 1:10, теперь только 0,4% и т.д.

Случайность и непредсказуемость поведения потребителей и рынков воплощаются в будущую реальность. И это нескончаемый источник разочарования компаний. Хорошо, когда ВВП в стране растет в год на 5-6%, тогда продажи несомненно есть, а если рост ВВП 1-2% в год? Рынки стагнируют, платежеспособного покупателя мы видим только там, где его «подсаживают» на кредиты, но это временное облегчение, хотя для

бизнеса – спасение. В России под такое «кредитное поле» попадают лишь несколько рынков, или компании по импортозамещению.

Пирамида Маслоу перестала работать. Нет этого постепенного осуществимого перехода со ступеньки на ступеньку. YouTube, FB, Instagram – все сбили. Богатые – едят меньше; бедному – достаточно камеры на телефоне, чтобы вдруг о нем все заговорили; блогеры, или просто пользователи сетей, – критикуют крупный бизнес, о котором не имеют никакого представления. Выигрывает тот, кто перехватывает инициативу.

В России, как и во всем мире, не хватает образования и навыков, необходимых для участия в новых кампаниях, вывода новых продуктов и поиска новых рынков [5]. Это трагедия, это видно по проблемам в компаниях, с которыми я работаю, где ощущается абсолютный голод в талантливых людях. Квалифицированные разработчики программного обеспечения не спасают ситуацию, так как мониторинг статистики продаж, или подсчет количества лидов и др., не решает всех проблем. Работа в сфере маркетинга в том виде, в котором она существует, уже нужна только частично. Сложный НИОКР составляет всего 10% инноваций, а 90% нового – производится здесь и сейчас.

Эта проблема намного хуже, чем кажется, потому что многие работники в существующих отраслях уже зависят от непрерывного наступления IT и смены самих форматов рынков. Нет никакого решения данной проблемы, кроме нового образования в этой сфере (вузы не помощники, в том виде, в котором они существуют) и нам предстоит сложный и трудный путь.

Неопределенность и неупорядоченность рынков, а за ними и сбыта, спроса надо признать фактом. Бизнесу нужен анализ, эксперимент и трансформация [6]. Эксперимент и трансформация в бизнесе – это активное взаимодействие не только с потребителем, или внутри компаний, но и со смежными нишами и рынками. Например, General Electric за 15 лет (с 2001 по 2017 годы) провела пять крупных трансформаций. Кто понимает, или хотя бы догадывается, что такое одна трансформация в крупнейшей компании, осознает, что сделала GE за 15 лет, какой это труд, не говоря уже о средствах. Поэтому «новый маркетинг» должен заниматься анализом и трансформацией на опережение.

Давайте скажем себе честно: «Классический маркетинг ушел». Старые методы и инструменты маркетинга, конечно, остаются, но не они уже определяют будущее развитие. Нам надо научиться работать в неопределенности и непредсказуемости, в условиях высокой скорости изменений [7].

На смену классическому маркетингу приходит реальность нового маркетинга. В качестве выводов предлагаются следующие заключения:

- Лидеру в бизнесе придется перестроить мышление – признать, что изменения так быстры, что будущее зависит от того, сможет ли он предвосхищать перемены, или реагировать на них в числе первых. Это не только касается стратегий, которые и так призваны «смотреть вперед». Это касается и операционной деятельности, маркетинга в том числе.

- Необходимо понять саму степень сегодняшнего необратимого рассеивания информации для потребителя и производителя. Это требуется сделать не просто для констатации факта, надо делать выводы для

пересмотра и перераспределения бюджетов на маркетинг, управление и производство. Пример – те же социальные сети, которые все меньше и меньше будут приносить доходности на вложенный рубль.

– Интеграция подходов, активное взаимодействие сотрудников разных отделов и специальностей – это новый маркетинг. Объединение людей, подходов и продуктов неизбежны, поэтому надо формировать новую культуру, учиться все делать по-новому [8]. Не все возможно проверить на практике, чтобы продвинуть продажи, придется организовывать команды специалистов из разных отделов и искать талантливых людей, которые и будут двигать вперед компании. Команды специалистов из разных отделов – это новый маркетинг. Степень занятости специалистов в таких командах необходимо дифференцировать по задачам (это отдельная большая управленческая тема, которую освещу в будущем).

– Изучая, мы меняем многое. Все, кто относятся к управлению, должны понять, что пока не изучаем – нет позиции. Нужен постоянный систематический анализ для выработки суперпозиции на рынке.

– Инструменты маркетинга – это набор правил, которые изменились, и методики анализа, оценки часто надо готовить только под определенную задачу [9]. Этого нельзя объяснить с позиций классического маркетинга. Например, приглашенного менеджера попросили сократить затраты на сбыт в крупной компании. Так как абсолютно весь процесс затрат в этой компании автоматизирован, он сразу не понял, зачем им аналитик? Смотри, сопоставляй, благо высокопрофессиональных специалистов во всех отделах хватает. В результате оказалось, что, так как компания работает на российском и зарубежных рынках (строительство и эксплуатация сложных технических объектов), узкий показатель – годовую рентабельность продаж – надо рассматривать... как средство привлечения инвесторов, которые появятся лет так через семь. То есть – совмещаем ранее несовместимые вещи, отходим от привычной классики годовой оценки: Рентабельность продаж (ROS, Return On Sales) = Операционная прибыль / Выручка.

– Часто, измерив показатель (фактор) А, поймем, что происходит с В, и таким образом измерим В. Из чего следует, что описание реальности – классический маркетинг. Сама реальность – новый маркетинг [10]. В результате расширяем взгляд на привычные KPI. Пример: оцениваем в розничной сети не количество выставленных на полках продуктов, или объем продаж на кв.м, а оцениваем количество качественных (или некачественных) продуктов ко всему объему продаж. Группы качества формируем самостоятельно и в каждой розничной сети они, возможно, будут свои, потом смотрим на потребителя по отношению к новым группам. Смотрим смежные рынки, если думаем о новом продукте.

– Запутанность в распределении информации создает в маркетинге неопределенность, поэтому один объект, один фактор не всегда влияет на другой. А сколько написано учебников про факторное влияние?

– При таких скоростях изменений рынков и компаний факторная зависимость в продажах нелинейна. И чем быстрее в конкретном бизнесе происходят изменения, тем эта зависимость работает больше. Именно поэтому финансовые вложения в маркетинг не линейны с доходом [11]. Здесь придется выбирать, куда инвестировать. Доходность инвестиций в маркетинг – это не расходы на маркетинг. А в 80% случаев российские компании расходы на маркетинг почему-то пытаются коррелировать с прибылью. На эти

темы написано множество статей и представлено много обсуждений, которые никуда не приводят, так как посыл изначально неверен.

– Максимальная отдача от мероприятий на маркетинг зависит от частоты и в меньшей степени зависит от интенсивности (просьба не путать с количеством и интенсивностью рекламных мероприятий). При этом существует некая граница (остановка), когда частота маркетинговых мероприятий перестает работать, это надо учитывать, чтобы экономить ресурсы.

Таким образом, трансформация рынков требует новых подходов, и они лежат в интеграции маркетинга с другими направлениями (отделами) бизнеса. Методы воздействия на потребителя стоят за пределами привычных мероприятий. Потери рынков происходят от стагнации в мышлении, от нежелания пересматривать и создавать, например, из имеющихся специалистов новые команды. Думаем, HR-отделы к новой реальности также пока не готовы.

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. Сервис как идеология высокого смысла и новый взгляд на отношения в обществе // 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. 224-228.
3. 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.
4. 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.
5. Молчанова О.С., Бородай В.А. Ребрендинг сервисной компании как выход на новый качественный уровень развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 102-110.
6. Бородай В.А. Альтернатива долгосрочным прогнозам развития «когнитивно сложных систем» в российском обществе // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Институт сервиса и туризма Донского государственного технического университета; Ростов-на-Дону, 2013. С. 30-32.

7. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Экономические и социокоммуникативные потребности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 3. С. 120-124.
8. Бородай В.А. Российские экономические проблемы регулирования сферы потребительского рынка в переходный период // Экономико-финансовая и управленческая компоненты в современных социально-экономических системах. - М.: Планета; Волгоград, 2010. С. 207-217.
9. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.
10. Бородай В.А., Минасян Л.А. Дискурсивная миссия корпоративного стиля сервисной компании // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2017. № 3 (94). С. 132-135.
11. Казьмина Л.Н., Бородай В.А. Доминантные экспектации индустрии гостеприимства // Экономические исследования и разработки. 2017. № 5. С. 111-118.

УДК 33.338

Горбачев В.С. Специфика продвижения продукта в условиях насыщения рынка

Specificity of product promotion in the conditions of market saturation

Горбачев Владимир Станиславович

Старший преподаватель

Кабардино-Балкарский Государственный Университет

Россия, г.Нальчик

Gorbachev Vladimir Stanislavovich

Senior Lecturer

Kabardino-Balkar State University

Russia, Nalchik

Аннотация. В статье рассматриваются альтернативные способы продвижения продуктов в условиях тотального изобилия. Показано, что для создания узнаваемости компании необходимо формировать известность торговой марки, заниматься брендированием компании. При этом, ни один бренд не встанет на крылья, если он не опирается на безупречный продукт, и ни одна рекламная кампания не сработает, если у компании слабые бизнес-процессы. Делается вывод, что работая над бизнесом в целом и используя описанные в статье подходы, можно создать сильный бренд и стать лучшей компанией в сознании потребителя в своей рыночной нише.

Ключевые слова: Торговая марка, лояльность, имидж, эффективность, конкурентоспособность, маркетинг.

Abstract. The article discusses alternative ways to promote products in conditions of total abundance. It is shown that to create a company awareness it is necessary to form a brand name, to engage in branding of the company. At the same time, no brand will stand on its wings if it does not rely on a flawless product, and no advertising campaign will work, if the company has weak business processes. It is concluded that by working on the business as a whole and using the approaches described in the article, you can create a strong brand and become the best company in the mind of the consumer in its market niche.

Keywords: Brand, loyalty, image, efficiency, competitiveness, marketing.

Рецензент: Волошин Андрей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент кафедры торгового дела и маркетинга ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Современные компании находятся в постоянном поиске способов продвижения продукта. Наверняка многие из них задумывались над такой формой как брендирование компании. Ведь узнаваемость фирмы вызывает доверие у потребителя, делает его лояльным компании [1]. Влияние бренда на продажи очень велико. Компания, вошедшая в сознание потребителя как лучшая, как правило, занимает половину рынка и снимает с него сливки. Пример – Apple, продающая свои продукты на 20-30% дороже конкурентов. И каждый предприниматель хотя бы раз задумывался: «Как? Как сделать компанию Apple-подобной?» Сознание тут же рисует многомиллионные маркетинговые бюджеты. Плохая новость: больших бюджетов в российских реалиях

чаще всего нет. Хорошая новость: для создания имиджа лучшей компании в нынешнем мире это и не требуется. Зато требуются другие вещи. Попробуем их перечислить и охарактеризовать.

Целостная концепция – основа больших продаж. На рынке тотального изобилия предложений единственный шанс выделиться – создать целостную концепцию бренда [2]. Причем бренда не как совокупности логотипа и фирменного стиля, а как системы ценностей, имиджево-стилевых характеристик, продуктов, бизнес-модели, философии и миссии компании. Целевая аудитория сразу безошибочно считывает такие бренды и бесповоротно влюбляется в них. Вы встречали их, когда подписывались на новый дизайнерский магазин в Instagram, когда решали, что вот эта новая кофейня – самая лучшая в городе, или, когда выбирали надувную лодку и приходили к убеждению, что максимального внимания достойна именно та, а не иная торговая марка.

Логотип и фирменный стиль – отражение духа компании [3]. Часто первый контакт с брендом происходит на уровне считывания логотипа и фирменного стиля. Они отражают ключевую метафору компании: посылают сигнал о том, что она делает для мира. Например, некоторые креативные кулинары создают брутальные десерты, совмещая в них трудно совместимые продукты и призывая покупателей быть храбрее. Характерный пример – кексы с бананом и перцем чили. Логотип компании – викинг в шлеме с рогами в форме круассанов.

И для сравнения – пример на уровне легендарной компании Apple. Создавая империю соблазна, Стив Джобс сделал ее символом логотип в форме надкушенного яблока.

Смысловой гвоздь – рациональная составляющая покупки. У всех без исключения великих брендов есть одно единственное сообщение, которое раз за разом вбивается в сознание целевой аудитории. Это смысловой гвоздь – рациональная, основанная на здравом смысле продающая идея [4]. Например, смысловой гвоздь сети быстрого питания Subway сразу же завоевал сердца, как новаторов, так и консерваторов, хотя не был чем-то сногшибательным. Subway просто заявила: «Я гожусь для быстрого перекуса, но я не гамбургер». И сегодня Subway – это 44 тыс. ресторанов в более чем ста странах мира. Впрочем, теперь даже традиционные «гамбургерные» сети предлагают альтернативные перекусы в виде ролов: настолько сильна оказалась идея.

Если компания претендует на лидирующую роль в своем сегменте рынка, необходимо создать всего одну сильную продающую идею и донести ее в каждом сообщении.

Визуальный молоток – эмоциональная составляющая покупки. Смысловой гвоздь, так же, как и обычный гвоздь, сложно вбить без применения молотка. Смысловой гвоздь обращен к левому полушарию нашего мозга, отвечающего за рациональный выбор. На правое творческое эмоциональное полушарие мозга воздействие осуществляется с помощью визуальной составляющей бренда или визуального молотка.

Визуальный символ должен в обязательном порядке быть адекватным продающей идее – смысловому гвоздю. Требования к нему даже строже: этот символ должен однозначно сообщать продающую идею целевой аудитории. Отличный пример визуального молотка – фигурная стеклянная бутылочка Coca-Cola. Хотя на эту

товарную позицию приходится минимальный объем продаж, однако стоит компании убрать ее с рекламных баннеров, как объем продаж неизменно падает. Это связано с тем, что фигурная бутылка стала символом бренда и олицетворяет совокупность связанных с ним эмоций.

Сайт и социальные сети – основные платформы продвижения бренда [5]. Во времена создания многих великих брендов чуть ли ни единственным способом связи с целевой аудиторией были СМИ: газеты, радио, телевидение, а также наружная реклама. Сегодня потенциальный потребитель может войти в интернет и без посредников вступить в контакт с любой компанией. В XXI веке сайт и страницы в социальных сетях стали основными платформами продвижения брендов. Но несмотря на то, что технология донесения информации изменилась, базовые правила остались прежними. Наша эволюция не успевает за техническим прогрессом [6]. Для больших продаж в интернете вам так же, как и тридцать лет назад, пригодятся смысловой гвоздь и визуальный молоток.

Следует сконцентрироваться на реальном продукте. Сегодня никто уже не спорит с тем, что важно сделать качественную подачу продукта. Но на практике идентифицировать подлинный продукт и выделить его ключевые характеристики непросто [7]. Пример: компания строит загородные дома и ставит задачу – привлечь клиентов из интернета. Конкуренция на этом рынке высокая, а продукты на первый взгляд идентичные. Но это не соответствует действительности, так как потенциальный клиент при схожих и, как правило, не до конца прозрачных ценах скорее будет ориентироваться на надежность и добросовестность компании. Фактически, как и в юридическом бизнесе, продуктом такой компании становится ее репутация. Значит, «упаковывать» надо именно репутацию: показать дома на карте; разместить обращение руководителя компании к клиентам и предложить вместе съездить на уже сданные объекты; прикладывать к статьям видео-отзывы новоселов; показывать этапы строительства новых домов.

А если обратиться к первой яркой рекламной кампании Apple, то легко сделать вывод, что основным ее продуктом была свобода индивидуальности от сложившегося порядка, что так же коррелирует с библейской историей о райском саде и яблоке. До сих пор Apple предлагает новаторские решения, предоставляющие все большую свободу, хотя за эту свободу и приходится платить.

Целесообразно использовать качественные визуальные молотки. Современные сайты – это большие визуальные фрагменты и лаконичный легко считываемый текст [8]. Пионером этого тренда тоже стала Apple, которая стала помещать на экраны крупные впечатляющие фотографии, много воздуха и безупречно оформленные тексты. Если компания имеет желание сделать визуальную подачу, приближенную к уровню Apple, следует соблюдать два смысловых и два технических правила:

Визуал транслирует ценности бренда. Хороший пример – рекламная кампания Samsung Galaxy S8: смартфон без границ. Продаваемой ценностью также была же выбрана свобода, и в продукте-товаре, и в сопровождающем его визуальном ряде: открытый космос, звездное небо, глубины океана. В схожей логике действуют авиакомпания S7, Airbnb, Gett. Визуалы выполнены в единой стилистике. Цветовая гамма,

пропорции, эмоциональный окрас, элементы фирменного стиля сохраняются от изображения к изображению. Это позволит создать целостный узнаваемый образ бренда, что в конечном счете и требуется.

Незаезженный лицензионный контент. Если используете стоковые изображения, то продумайте брендинг: наносите маски фирменным градиентом, располагайте слоганы на фирменной подложке, как МТС, или дополните изображение фирменным паттерном.

Только высококлассные изображения. Для лучшей компании недопустимо «мыло» или «артефакты» на фотографиях. Не следует использовать изображения с сомнительной художественной ценностью: помните, что визуальная составляющая впечатывает смысловый гвоздь в сознание аудитории.

Целесообразно использовать острые смысловые гвозди. Каждый день мы получаем все больше и больше информации, а времени на ее изучение становится все меньше и меньше [9]. В борьбе за внимание целевой аудитории рекламному тексту лучше быть лаконичным и точно доносить сообщение бренда. Подбирайте и взвешивайте каждое слово, особенно в заголовках: от первых двух строчек зависит, будет ли прочитан текст до конца. Как писал еще Марк Твен: «Разница между подходящим и точно подобранным словом, как между искрой и вспышкой молнии».

Для создания убедительных текстов следует сформировать и постоянно использовать семантическое поле бренда: группу слов, отражающих и раскрывающих его имиджево-стилевые характеристики. При создании поля целесообразно включать в него только те слова, которые возможно объяснить без использования речи, например: высоко, широко, точно. Это убережет от использования абстрактных и ничего не несущих понятий.

Делайте умную рекламу. Бренд становится сильным, а продажи большими, когда люди взаимодействуют с вашим контентом [10]. Успешность продвижения напрямую зависит от двух параметров: величины охвата и степени вовлеченности. Охват – количество уникальных пользователей, увидевших сообщение бренда. Вовлеченность – отношение пользователей, вступивших во взаимодействие с брендом, к общему числу пользователей, проконтактировавших с ним.

Современные рекламные механизмы, такие как контекстная реклама, поисковая выдача или ленты в социальных сетях, отдают предпочтение интересному и полезному для пользователей контенту [11]. Иными словами, создавая привлекательный контент, вы меньше платите за продвижение, а результативность при этом растет. При продвижении стоит придерживаться нескольких простых правил:

Креатив в представлении продукта. Бесконечно подавать одно и то же блюдо можно только в том случае, если вы используете разные соусы, специи и гарниры. Показывайте продукт под новым углом или в новых ситуациях, находите новые свойства и способы применения. Возможно, вы заодно откроете и новую рыночную нишу. Однако изменения не должны затрагивать базовые ценности бренда. Вспомните жвачку Loveis: при всем разнообразии сюжетов и ситуаций креаторы создали единый узнаваемый образ.

Последовательность в трансляции бренда.: Желательно придерживаться выбранного стиля в визуальной и текстовой коммуникациях, чтобы бренд безошибочно идентифицировался потребителем [12].

Метафорически сильный бренд похож на яркого персонажа, интуитивно знакомого каждому. По типам ценностей и сценариям взаимодействия с аудиторией в брендинге выделяют двенадцать классов персонажей или архетипов. Исследования одного из крупнейших мировых рекламных агентств Young&Rubicam, проведенные для брендов American Express, American Greetings, Fruit of the Loom, Disney, Kodak, Sears, Heinz, Harley-Davidson и Gap, доказали, что считываемость архетипа бренда в долгосрочной перспективе серьезно влияет на формирование стоимости компании. Так MVA (Market Value Added) брендов с четко определяемым архетипом на 97% превышал MVA «невнятных» брендов. EVA (Economic Value Added) таких брендов вырос за шесть лет исследований на 66% больше, по сравнению с EVA слабо определяемых брендов.

Постоянное присутствие в жизни клиента. Современные каналы коммуникаций и инструменты интернет-маркетинга позволяют быть в диалоге с аудиторией в режиме 24/7. Даже если у вас небольшой бизнес, за разумный рекламный бюджет реально обеспечить ощущение тотального присутствия компании [13]. Предоставьте клиентам возможность общаться с брендом в социальных сетях и мессенджерах. Проводите для посетителей сайта и участников сообществ ремаркетинговые рекламные кампании с яркими имиджевыми баннерами, работающими на узнаваемость. Ремаркетинг – показ рекламного объявления только тем, кто уже взаимодействовал с вашим брендом. Ищите с помощью инструментов look a like и тщательного таргетинга (сегментирования) тех, кто ведет себя, как ваш клиент, и показывайте рекламу только им. Больше не требуется кричать о себе на каждом углу: теперь можно адресно стучаться в двери покупателей.

Безусловно для создания бренда уровня Apple нужно намного больше, чем поместится в одну статью и даже книгу. Ни один бренд не встанет на крылья, если он не опирается на безупречный продукт, и ни одна рекламная кампания не сработает, если у компании слабые бизнес-процессы [14]. Но работая над бизнесом в целом и используя описанные подходы, можно создать сильный бренд и стать лучшей компанией в сознании потребителя в своей рыночной нише.

Библиографический список

1. 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.
2. Бородай В.А. Российские экономические проблемы регулирования сферы потребительского рынка в переходный период // Экономико-финансовая и управленческая компоненты в современных социально-экономических системах. - М.: Планета; Волгоград, 2010. С. 207-217.
3. 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.

4. Бородай В.А. Стратегические ловушки роста // Инновации социальные и экономические: вызовы и решения. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет. 2014. С. 103-105.
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. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Социальные коммуникации в сфере рыночного обмена // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 2. С. 156-158.
7. Петренко А.С., Бородай В.А. Вектор эвритмии альтернативной бизнес-модели сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 2.
8. Бородай В.А. Альтернатива долгосрочным прогнозам развития «когнитивно сложных систем» в российском обществе // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Институт сервиса и туризма Донского государственного технического университета; Ростов-на-Дону, 2013. С. 30-32.
9. Казьмина Л.Н., Бородай В.А. Доминантные экспектации индустрии гостеприимства // Экономические исследования и разработки. 2017. № 5. С. 111-118.
10. Бородай В.А. Торговля как социально-инновационный процесс и фактор социальной трансформации // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 4. С. 181-184.
11. 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.
12. Бородай В.А., Минасян Л.А. Проблемы эмерджентности системы управления в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 90-96.
13. Петренко А.С., Бородай В.А. Особенности формирования организационной культуры предприятий сферы услуг // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 3.
14. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Экономические и социокоммуникативные потребности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 3. С. 120-124.

УДК 33

Ежова Л.С., Воронин А.В., Аракелян А.М. Развитие организационной культуры команды проекта

Development of the organizational culture of the project team

Ежова Лариса Сергеевна

старший преподаватель кафедры маркетинг ПГНИУ

Воронин Александр Вадимович

студент 4 курса направления «Торговое дело» ПГНИУ

Аракелян Анна Мгеровна

Студентка 1 курса магистратуры программы «Управление проектами» ПГНИУ

Ezhova Larisa Sergeevna

Senior Lecturer of the Department of Marketing PGNIU

Voronin Alexander Vadimovich

4th year student of the direction "Trade" PGNIU

Arakelyan Anna Mgerovna

Student of the 1st year of the master program of the "Project Management" PGNIU

Аннотация. Статья посвящена анализу развития организационной культуры команды проекта. Организационная культура команды проекта имеет большое значение для эффективности командной деятельности, поэтому важно, чтобы в рамках работы над проектом была сформирована такая организационная культура команды проекта, которая будет максимально содействовать достижению целей и задач проекта. При этом если организационная культура команды проекта сформировалась стихийно – она может не соответствовать проекту, но откорректировать её будет достаточно сложно.

Ключевые слова: проект, команда проекта, организационная культура, персонал, управление, типы организационной культуры, комплементарность организационной культуры.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the development of the organizational culture of the project team. The organizational culture of the project team is of great importance for the effectiveness of team activities; therefore, it is important that the project team develop an organizational culture that will maximize the achievement of the project's goals and objectives. Moreover, if the organizational culture of the project team was formed spontaneously – it may not correspond to the project, but it will be quite difficult to correct it.

Keywords: project, project team, organizational culture, personnel, management, types of organizational culture, complementarity of organizational culture.

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

Одним из важнейших условий эффективности проекта являются взаимоотношения между членами команды проекта, характер их взаимодействия, насколько члены команды, что называется – «на одной волне».

Сплоченность, слаженность команды в значительной степени зависит от организационной культуры команды проекта. Точно также как та или иная организация может иметь определенную организационную культуру, в рамках работы команды проекта также формируется определенный вид организационной культуры. Организационная структура, в зависимости от её соответствия проекту, может играть различную роль в отношении эффективности проекта – способствовать повышению эффективности и результативности проекта или же, напротив, препятствовать, в случае своего несоответствия проекту.

Поэтому проблематика развития организационной культуры команды проекта в современных условиях является актуальной и значимой.

В связи с этим рассмотрим особенности и возможности развития организационной культуры команды проекта.

Основная часть

Под организационной культурой принято понимать систематизированную совокупность общепринятых ценностей, правил и поведенческих норм, которые приняты каждым членом организации [6, с.12].

Как уже было отмечено ранее, организационная культура может существовать применительно не только к организации, но и к отдельному проекту. При этом, даже если проекты реализуются в рамках деятельности определенной организации, организационные культуры данных проектов могут не соответствовать общей организационной культуре хозяйствующего субъекта (организации).

Это связано с тем, что реализуемые проекты могут быть весьма специфическими и значительно отличаться от повседневной деятельности организации.

Актуальность и значимость организационной культуры хозяйствующего субъекта не вызывает сомнений на современном этапе, при этом вопрос необходимости организационной культуры для команды проекта рассматривается значительно реже. Тем не менее, сформированная организационная культура команды проекта создает дополнительные возможности в плане реализации того или иного проекта.

Основу организационной культуры составляют ценности, на основе которых вырабатываются нормы и формы поведения в команде. Ценность организационной культуры для команды проекта состоит в том, что она усиливает организационную сплоченность и порождает согласованность в поведении членов команды. С точки зрения членов команды, организационная культура служит своеобразным ориентиром для выбора правильного типа поведения, необходимого для успешной реализации проекта, т.е. формирует правила игры в команде проекта.

Организационная культура команды проекта включает в себя не только определенные нормы, правила поведения, ценности, но также и следующие составляющие [8]:

- Культуру общения и коммуникационную систему.
- Осознание своего места и роли в команде.
- Особенности разделения обязанностей и полномочий.
- Определение статусных позиций участников проекта.
- Определение объемов власти среди участниками проекта.
- Особенности неформальных взаимоотношений.
- Традиции команды проекта.
- основополагающие нормы деловой этики.

Организационная культура команды проекта может быть явной и неявной. Явная организационная культура сформулирована и представлена в виде определенных правил, норм, стандартом, то есть она существует на определенной документальной основе.

Неявная организационная культура не имеет какой-либо документальной основы. Она основывается на понимании участников команды проекта её специфики и особенностей (какой она (организационная культура) должна быть).

Выделяются следующие типы организационной культуры (как организации, так и команды проекта) [2]:

1) Бюрократический тип организационной культуры. Данный тип организационной культуры характеризуется тем, что каждый сотрудник работает в соответствии с определёнными правилами и инструкциями.

2) Предпринимательский тип организационной культуры. Этот тип организационной культуры характеризуется тем, что каждый сотрудник имеет свой участок работы.

3) Органический тип организационной культуры. При таком типе организационной культуры руководитель действует, основываясь на нормах принятых в коллективе.

4) Партиципативный тип организационной культуры. Данный тип основан на принятии решений коллективным путём.

Для работы команды в большей степени эффективен предпринимательский и партиципативный типы организационной культуры.

Развитие организационной культуры проекта зависит от значительного числа факторов, которые оказывают на неё влияние. К числу таких факторов можно отнести: особенности личности руководителя команды проекта, особенности его стиля и типа управления, условия, в которых происходит работа команды, степень ясности и понимания поставленных целей и задач участниками команды, грамотность и

эффективность распределения ролей (и, соответственно, обязанностей и полномочий) в команде проекта, взаимосвязь результатов реализации проекта и личных результатов каждого участника команды проекта и т.д.

Развитие организационной культуры команды проекта необходимо, поскольку организационная культура выступает важнейшим условием повышения эффективности работы команды за счет формирования комфортных условий работы, повышения определенности в обязанностях и полномочиях, эффективной мотивации участников команды проекта, снижении уровня конфликтности в команде, совершенствовании социально-психологического климата в команде.

Выводы

Организационная культура – это систематизированная совокупность общепринятых ценностей, правил и поведенческих норм, которые приняты каждым членом организации. Данное распространение в полной мере может быть распространено и на команду проекта.

Сформированная организационная культура команды проекта является важным условием повышения эффективности работы над проектом, поскольку она способна повышать уровень солидарности участников проекта, делать их взаимодействие более слаженным, скоординированным на основе общеразделяемых ценностей, общепринятых норм поведения при реализации проекта.

Организационную культуру при работе над проектом в рамках определенной команды необходимо формировать и развивать в соответствии с целями и задачами проекта. Конечно, если данную деятельность не реализовывать – организационная культура может сложиться, что называется, стихийно, но в данном случае велика вероятность того, что она «не будет работать на общий результат», то есть не будет способствовать эффективной реализации проекта.

Библиографический список

1. Беликова И.П. Управление проектами. - Ставрополь: Издательство СГАУ, 2014. - 80 с.
2. Есипова О.В. Место организационной культуры в системе управления предприятием. // Вестник Оренбургского государственного университета, 2013. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-organizatsionnoy-kultury-v-sisteme-upravleniya-predpriyatiem>
3. Дейкун К.В. Управление командой проекта // Научное сообщество студентов XXI столетия. - 2017. - № 10 (47). - С. 29 - 35.
4. Куликова Т. И. Технология командообразования в современной организации // Концепт. - 2015. - № 9. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/15305.htm>.
5. Матвеева Е.Д. Важность команды в управлении проектами // Бизнес - образование в экономике знаний. - 2016. - № 2 (4). - С. 65 - 67.
6. Потемкин В. К. Организационная культура: учебник для вузов / В. К. Потемкин, Н. Н. Покровская, В. А. Спивак. - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. - 332 с.
7. Смородинова Д. Г. Формирование эффективной команды инвестиционного проекта // Молодой ученый. - 2012. - №5. - С. 215-217.
8. Соболев А.А. Развитие организационной культуры команды проекта. XI Международная студенческая научная конференция Студенческий научный форум – 2019. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2019/article/2018010709>

УДК 33

Ежова Л.С., Воронин А.В., Аракелян А.М. Современные технологии
управления командой проекта
Modern technologies of project team management

Ежова Лариса Сергеевна

старший преподаватель кафедры маркетинг ПГНИУ

Воронин Александр Вадимович

студент 4 курса направления «Торговое дело» ПГНИУ

Аракелян Анна Мгеровна

Студентка 1 курса магистратуры программы «Управление проектами» ПГНИУ

Ezhova Larisa Sergeevna

Senior Lecturer of the Department of Marketing PGNIU

Voronin Alexander Vadimovich

4th year student of the direction "Trade" PGNIU

Arakelyan Anna Mgerovna

Student of the 1st year of the master program of the "Project Management" PGNIU

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению современных технологий проектного управления, среди которых аутстаффинг, аутсорсинг непрофильных видов деятельности, лизинг персонала и др. Рассматриваемые технологии помогают решать проблемы, возникшие внутри коллектива, и задачи, поставленные перед сотрудниками в ходе работы над проектом. Ознакомление с ними может быть полезно руководству предприятий любых организационно-правовых форм и сферы деятельности.

Ключевые слова: проект, персонал, участники, команда, управление, технологии.

Abstract. The article is devoted to the consideration of modern project management technologies, including outstaffing, outsourcing of non-core activities, staff leasing, etc. The considered technologies help to solve problems that have arisen within the team, and tasks assigned to employees during the work on the project. Acquaintance with them can be useful to the management of enterprises of any legal forms and fields of activity.

Keywords: project, personnel, participants, team, management, technology.

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

На протяжении веков человечеству приходилось реализовывать множество проектов. Их возрастающая сложность, с одной стороны, и накопленный опыт управления, с другой, сделали необходимым и возможным создание идеологии и методологии управления проектами. Радикальными решениями проблем управления проектами в первую очередь объявлялись технологии их разработок, их качества, инструментария и пр. И только ключевому и центральному ресурсу - самим исполнителям проекта - внимания почти не

уделялось. Между тем именно люди обеспечивают тому или иному проекту успех, именно они выступают фактором первостепенной значимости, основываясь на котором можно строить прогнозы о проектах.

Поэтому особую актуальность приобретает проблема управления командой проекта. Как известно, ошибки в управлении командой проекта могут привести к серьезным потерям, высокой текучести персонала, неблагоприятному социально-психологическому климату в команде проекта, низкой исполнительской и трудовой дисциплине. Без грамотного управления людьми, обладающими мотивацией, знаниями, опытом, проект заранее обречен на провал.

В связи с этим рассмотрим современные технологии управления командой проекта.

Основная часть

Команда проекта - это группа совместно работающих сотрудников, в которой они взаимодействуют друг с другом, идя к поставленной цели проекта для достижения эффективного результата. Такая группа создается на период работы над проектом и после его завершения - распускается. Количество сотрудников в команде определяется объемами работы над проектом [6, с. 65].

Процесс управления командой проекта - сложный, он требует усилий со стороны руководителя проекта и иногда помощи специалистов извне.

Можно определить следующие ключевые особенности формирования команды проекта:

- команда проекта должна назначаться как можно раньше. Это необходимо для того, чтобы члены команды могли принять участие в процессе планирования, т. к. многие из них будут иметь особые знания, которые могут помочь сделать первоначальную оценку более точной;
- раннее вовлечение сотрудников в проект способствует укреплению нацеленности команды на достижение результатов. Это один из значимых элементов успеха, который часто упускается из виду;
- матричное управление и связанные с ним особенности все чаще используются при работе над проектами;
- формирование команды проекта из сотрудников предприятия и сторонних специалистов - наиболее оптимальный инструмент соответствия требованиям к проекту;
- составление плана коммуникаций - важная составляющая для эффективного управления командой проекта.

По мнению И.П. Беликовой, целью руководителя проекта при формировании команды выступает подбор сотрудников, которые обеспечивали бы:

- соответствие количественного и качественного состава команды задачам проекта и требованиям к нему;
- эффективную групповую деятельность над проектом;
- психологическую совместимость участников команды проекта и создание активной стимулирующей «внутрипроектной» культуры;

- развернутое командное взаимодействие и выработку оптимальных групповых решений проблем, которые могут возникать во время работы над проектом [1, с. 17].

Технологии управления командой проекта - это способы, средства управления, с помощью которых решаются проблемы, возникающие внутри команды проекта. Целью этих технологий выступает решение возникших проблем и улучшение работы над проектом.

В современных условиях имеется множество технологий управления командой проекта. Все они направлены на то, чтобы сплотить членов команды, нацелить их на выполнение эффективной работы. Наиболее распространенные технологии управления командой проекта следующие:

- тренинги командообразования. Они помогают формировать и отрабатывать навыки взаимодействия в команде, отрабатывать эффективные коммуникации в команде;
- обучение членов команды проекта. Оно организуется с целью совершенствования их знаний, умений, навыков в определенной сфере;
- журнал регистрации проблем. В процессе управления командой проекта ведется журнал регистрации проблем, в котором указываются конкретные участники проекта, в обязанности которых входит решение определенных проблем к определенному сроку. Такой журнал помогает членам команды проекта отслеживать то, когда и как будут решаться те или иные проблемы;
- разработка тактики урегулирования конфликтов. Руководитель проекта использует основные методы урегулирования конфликтов, к примеру, такие как: сглаживание, принуждение, компромисс, сотрудничество;
- составление плана выполнения работ. Оно помогает членам команды проекта грамотно распределять свое рабочее время;
- контроль за выполнением работы. Он повышает исполнительность членов команды проекта;
- «мозговые штурмы», совещания. Они помогают решать общими усилиями задачи и проблема проекта.

Каждый руководитель стремиться использовать для своего проекта только самое лучшее, поэтому недавно появились новые технологии управления командой проекта, которые пользуются большим спросом:

- аутстаффинг;
- аутсорсинг непрофильных видов деятельности;
- лизинг персонала.

Общим для данных кадровых технологий выступает то, что все они связаны с привлечением стороннего труда. Как отмечает Н.А. Старкова, специалисты, привлекаемые предприятием для выполнения тех или иных функций по проекту, являются для него внешними, они не числятся в штате предприятия [5, с. 71].

Рассмотрим эти технологии подробнее.

Аутстаффинг - это привлечение внештатных специалистов, имеющих определенный опыт, знания, навыки на время существования проекта. Эта технология применяется для решения ряда проблем, к примеру: оптимизация логистики, маркетинга, бухгалтерского учета, инвестиционной деятельности.

Аутсорсинг непрофильных видов деятельности, по К.В. Дейкун, - это использование внешних источников, представляющее собой привлечение сторонних компаний для выполнения определенных разновидностей работ, не являющихся профильными для данного предприятия [2, с. 33]. Применение аутсорсинга связано, прежде всего, с оптимизацией бизнес - процессов предприятия. На аутсорсинг могут быть переданы такие виды деятельности, как юридическая, логистическая, охранная и пр.

Лизинг персонала - это сотрудничество двух субъектов хозяйствования, при котором один из них поручает своему штатному специалисту выполнение работы другого субъекта в течение определенного периода времени.

Выводы

Команда проекта - это группа сотрудников, которые непосредственно над ним работают и подчиняются руководителю проекта. Именно команда обеспечивает реализацию замысла проекта. Эта группа создается на период работы над проектом и после его завершения распускается.

В настоящее время существуют определенные технологии управления командой проекта, помогающие решать проблемы, возникшие внутри коллектива, и задачи, поставленные перед сотрудниками.

Каждый руководитель должен выбрать свои технологии управления командой, с помощью которых он будет налаживать работу над проектом. Эти технологии важны для управления любым предприятием или проектом вне зависимости от масштаба, т. к. благодаря им можно добиться слаженной и эффективной деятельности.

Библиографический список

1. Беликова И.П. Управление проектами. - Ставрополь: Издательство СГАУ, 2014. - 80 с.
2. Дейкун К.В. Управление командой проекта // Научное сообщество студентов XXI столетия. - 2017. - № 10 (47). - С. 29 - 35.
3. Ионина М.Б., Балобанова А.А. Повышение эффективности управленческого труда в проектом управлении // Вестник ОмГУ. Серия: экономика. - 2015. - № 4. - С. 18 - 22.
4. Коложвари Ю.Б. Управление проектами. - Новосибирск: Издательство НГАСУ, 2015. - 57 с.
5. Старкова Н.А. Компетентностный подход в управлении командой проекта // Экономический вестник Ярославского университета. - 2018. - № 31. - С. - 69 - 75.
6. Матвеева Е.Д. Важность команды в управлении проектами // Бизнес - образование в экономике знаний. - 2016. - № 2 (4). - С. 65 - 67.
7. Тренев В.Н., Магура М.И., Леонтьев С.В. Управление человеческими ресурсами при реализации проектов: методика и опыт. - М.: Приор, 2016. - 108 с.

УДК 33.338

Костоева З.А. Влияние властной доминанты на внутренний потенциал менеджера

The influence of the dominant power on the internal potential of the manager

Костоева Зарима Алихановна

Кандидат экономических наук
Кабардино-Балкарский Государственный Университет
Россия, г.Нальчик
Kostoeva Zarima Alihanovna
Candidate of Economic Sciences
Kabardino-Balkar State University
Russia, Nalchik

Аннотация. В статье рассматривается проблема соотношений власть, влияние, лидерство. Показано, что именно в грамотном распределении ролей и задач и заключается основная задача лидера. Такой руководитель будет делиться своей властью с сотрудниками, которые с ее помощью смогут решить поставленные задачи.

Ключевые слова: Лидер, мотивация, власть, контроль, потенциал, сервис.

Abstract. The article deals with the problem of relations power, influence, leadership. It is shown that the main task of a leader lies precisely in the correct distribution of roles and tasks. Such a manager will share his power with employees who will be able to solve assigned tasks with its help.

Keywords: Leader, motivation, power, control, potential, service.

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

Сильные и слабые стороны личности формируют внутренний потенциал менеджера. Как менеджер должен распорядиться своей властью, чтобы быть лидером, а не доминантом? От каких качеств зависит способность вести команду за собой? Актуальные вопросы, которые в современном бизнесе находятся в поле зрения успешных руководителей. Лидер и менеджер – эти понятия часто объединяют, но, на самом деле, они практически не зависят друг от друга [1]. Лидер может быть менеджером, менеджер может быть лидером, но это соответствие возникает далеко не всегда. И если большинство менеджеров в принципе не может работать без власти, то лидер, не имея власти... работает эффективнее. Рассмотрим этот парадокс и систему лидер-лидер в настоящей статье.

Лидеры без доминантной власти. Общество привыкло к отношениям начальник-подчиненный, к четкой вертикали власти. У такой системы есть определенные плюсы, но есть и недостатки. И ключевой из них – менеджерами часто становятся люди, неспособные к лидерству, но прекрасно умеющие доминировать [2].

Лидер – это человек, за которым идет коллектив. Идет, потому что видит, что лидер приведет их к лучшей жизни: большим зарплатам, каким-то успехам, получению удовольствия от работы... При этом сам лидер в основном концентрируется именно на развитии: как своем личном, так и всей команды в целом. И команда отвечает на такое поведение своим вкладом.

Доминант – человек, который возвышается над коллективом, управляет им, контролирует его. Главная задача доминанта: получение личной выгоды, укрепление своих главенствующих позиций в коллективе и подавление любого протеста. И, что естественно для человеческой психологии, доминант не воспринимается лидером – за ним не хочется идти, ему не хочется помогать. В конечном итоге, в доминантной системе работают только те, кого доминанта (доминант) заставил это делать. И, естественно, работают хуже, чем делали бы это по собственному желанию.

Чтобы поддерживать работоспособность команды, доминант, сосредоточивший в своих руках максимум власти, вынужден постоянно все контролировать: отдавать огромное количество распоряжений, следить за их выполнением, проверять людей... [3]. В то время как лидер может обходиться практически без власти, просто поделившись ею с другими.

Система лидер-лидер. Яркий пример доминативной системы – это любая армия: четко выстроенная вертикаль командования, в которой приказы сверху не обсуждаются. Именно поэтому настолько показательная история Дэвида Марке: капитана атомной подводной лодки и автора одной из лучших бизнес-книг 2012 года. Все началось с того, что Марке получил в свое распоряжение лодку, о которой практически ничего не знал – с экипажем, который считался одним из худших на флоте. Капитан не мог командовать лодкой самостоятельно: он не разбирался в ее устройстве и принципах работы, а значит, не мог подробно объяснять людям, что им нужно делать. И тогда Марке создал систему, в которой подчиненному – участнику команды – просто ставится задача, а за ее решение он отвечает сам. Выбор методов работы, принятие ключевых решений – всем занимались подчиненные, Марке только контролировал результаты. Более того, через какое-то время люди начали сами ставить себе задачи, исходя из актуальной информации.

Да, переход на новую систему занял долгое время, но результаты того стоили: АПЛ Santa Fe стала образцовым кораблем, а 10 офицеров, служивших под началом Дэвида Марке, стали капитанами. Используемая Марке система лидерства называется Intent Based Leadership – лидерство, основанное на намерениях – когда человек сам понимает, что нужно сделать, а не ждет приказа.

Марке построил систему лидер-лидер: коллектив, в котором «большой босс» активно делится своей властью с другими участниками, делегируя им задачи целиком, а не заставляет механически выполнять приказы. Каждый участник такого коллектива, в итоге, становится человеком, способным принимать решения, отвечать за них и вести команду к результатам – становится лидером. Правда, чтобы создать такой коллектив из обычной доминантной системы (а по ней все еще работает много компаний), нужно четко понимать концепцию «лидер-слуга» – servant leader.

Servant Leader. Модель «servant leader» придумана в 1970-х годах Робертом Гринлифом. До этого момента было принято считать, что способность быть лидером – это врожденное качество. Более того: считалось, что лидер обязательно имеет внешние атрибуты своего статуса – корону, погоны, соответствующую должность... Гринлиф изменил концепцию: по его убеждениям, лидером может быть каждый – главное, чтобы в данный момент у него были силы приносить пользу команде и вести эту команду за собой.

При этом очень важно понимать: чтобы вести людей за собой, человек должен ощущать себя лидером [5]. Нельзя просто взять и сказать кому-то: «Все, теперь ты лидер, служи коллективу» – и ждать от него результатов. Получится просто слуга. Чтобы сделать человека лидером, способным повести команду за собой, необходимо дать ему определенные силу и ответственность. Как раз для этого и существует «лидер лидеров», помогающий членам своей команды развиваться. При этом сам «лидер лидеров» как раз является лидером-слугой: он обладает силой, но стремится «служить» коллективу – помогать ему двигаться вперед.

Три компонента лидерства. Есть три человеческих «характеристики», из которых и складывается способность быть лидером. Первая – это ранговый потенциал: способность мозга получать удовольствие от предвкушения и получения результата. Чем выше ранговый потенциал, тем сильнее человек будет стремиться к достижению своих целей, тем больше его желания и мотивация [6]. Фактически ранговый потенциал – это масштаб личности, масштаб амбиций: кому-то достаточно водить грузовик, кому-то нужно обязательно им владеть и быть предпринимателем, а кто-то участвует в программах беспилотных грузовиков и меняет мир.

Вторая характеристика – примативность: чем она выше, тем сильнее человек противопоставляет себя социуму. У людей с очень высокой примативностью их желания всегда доминируют над потребностями общества – соответственно, из них получаются очень сильные доминанты и очень плохие лидеры [7]. Яркий пример: Аль Капоне – безусловно, талантливый и яркий человек, способный стремиться к результату и достигать его, но абсолютно не заинтересованный в обществе. При этом слишком низкая примативность – это тоже плохо: у человека не будет своих желаний, он будет только последователем, не лидером.

Третья характеристика – витальность: энергичность человека, его запас сил и возможности. Она должна соответствовать ранговому потенциалу: если будет меньше, человеку не хватит сил на достижение желаний, если больше, он просто не станет тратить «избыток сил» на работу – такого сотрудника будет очень сложно мотивировать.

Каким должен быть лидер? Если руководитель стремится создать в коллективе систему «лидер-лидер» или если просто желает, чтобы люди шли за ним к какой-то цели – важно демонстрировать окружающим свою энергию и мотивацию. Лидер должен выглядеть привлекательно, должен быть уверен в себе, иначе за ним просто никто не пойдет [8]. Кроме того, лидеру необходимо быть вовлеченным в работу сильнее, чем его подчиненным – он должен заражать своим «огнем в глазах», увлекать за собой, показывать свою мотивированность.

И, наконец, «лидер лидеров» должен хорошо разбираться в человеческом характере. Есть два стремления, которые делают из человека лидера: это тяга к поиску нового и потребность защищать своих,

заботиться об окружающих. Удовлетворение этих стремлений и становится «сервисом», который лидер-слуга оказывает своей команде, его услугами. При этом крайне редко бывает так, что оба этих стремления у человека выражены одинаково – обычно одно заметно сильнее, чем другое.

Создавая систему «лидер-лидер», следует учитывать, что из сотрудников с большим стремлением к поиску получаются прекрасные product owner, а люди с выраженной тягой к защите своих становятся отличными scrum-мастерами. Именно в грамотном распределении ролей и задач и заключается основная задача лидера без власти: вам нужно будет поделиться своей властью с людьми, которые с ее помощью смогут решить поставленные задачи. И тогда команда будет прогрессировать.

При этом, когда лидер делится своей внутренней силой, он не столько передает ее, сколько пробуждает ее в других или разрешает ее проявлять другим [9]. При этом его собственная сила не уменьшается, а наоборот, возрастает: за ним охотнее идут люди, потому что сила и возможность быть лидером - это ценнее денег и должностей. Это то, из чего получаются результаты, и то, что невозможно у человека отнять.

Библиографический список

1. Петренко А.С., Бородай В.А. Вектор эвритмии альтернативной бизнес-модели сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 2.
2. Бородай В.А. Стратегические ловушки роста // Инновации социальные и экономические: вызовы и решения. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет. 2014. С. 103-105.
3. Казьмина Л.Н., Бородай В.А. Доминантные экспектации индустрии гостеприимства // Экономические исследования и разработки. 2017. № 5. С. 111-118.
4. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Социальные коммуникации в сфере рыночного обмена // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 2. С. 156-158.
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. Торговля как социально-инновационный процесс и фактор социальной трансформации // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 4. С. 181-184.
7. 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.
8. Бородай В.А. Российские экономические проблемы регулирования сферы потребительского рынка в переходный период // Экономико-финансовая и управленческая компоненты в современных социально-экономических системах. - М.: Планета; Волгоград, 2010. С. 207-217.
9. Петренко А.С., Бородай В.А. Особенности формирования организационной культуры предприятий сферы услуг // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 3.

УДК 33.338

Костоева З.А., Горбачев В.С. Перфекционизм в формировании корпоративной культуры сервисной компании

Perfectionism in the formation of the corporate culture of the service company

Костоева Зарима Алихановна

Кандидат экономических наук
Кабардино-Балкарский Государственный Университет
Россия, г.Нальчик

Горбачев Владимир Станиславович

Старший преподаватель
Кабардино-Балкарский Государственный Университет
Россия, г.Нальчик

Kostoeva Zarima Alihanovna
Candidate of Economic Sciences
Kabardino-Balkar State University
Russia, Nalchik
Gorbachev Vladimir Stanislavovich
Senior Lecturer
Kabardino-Balkar State University
Russia, Nalchik

Аннотация. В статье рассматривается актуализация корпоративной культуры сервисной компании. Показана необходимость создания благоприятных условий в коллективе для того, чтобы корпоративная культура формировалась органически, естественным путем. Показана проблема, когда консультанты и новые HR-менеджеры большую часть времени и сил ориентируют не на формирование и развитие, а на борьбу с сопротивлением развитию корпоративной культуры.

Ключевые слова: Корпоративная культура, ценности, персонал, бизнес-процессы, легенда, развитие.

Abstract. The article discusses the actualization of the corporate culture of a service company. The necessity of creating favorable conditions in the team for the corporate culture to be formed in an organic, natural way is shown. The problem is shown, when consultants and new HR-managers most of the time and effort orient not to the formation and development, but to the struggle against resistance to the development of corporate culture.

Keywords: Corporate culture, values, personnel, business processes, legend, development.

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

Корпоративная культура должна формироваться органически, естественным путем. Нельзя допускать ситуации, когда модные веяния навязываются или заимствуются извне. Тема корпоративной культуры живая, как и ее участники – со своим настроением, своей эволюцией и особенностями иммунной системы [1]. Актуальность темы корпоративной культуры связана с серьезными намерениями компаний повысить свой

конкурентный рейтинг, сделать компанию более организованной, претендующей на синергию в своей деятельности.

Вопрос поднимается в основном в рамках HR-сообщества, где уже давно сформирована своя корпоративная культура. Самостоятельно. Органически. Отшлифовываясь на каждом тематическом собрании, мероприятии. Абсолютно так же должна развиваться культура организации. По крайней мере, у нее есть на это полное право.

Следует отметить, что формирование корпоративной культуры необходимо для следующих ситуаций:

- для повышения HR-бренда;
- для оптимизации бизнес-процессов;
- для увеличения продаж;
- для снижения затрат на персонал;
- надо соответствовать головному европейскому офису и т.д.

Погрузитесь в среду бытовую. Семейную. Для чего воспитывать ребенка? Чтобы – что...? Чтобы его любили? Чтобы он был как все? Чтобы смог работать на хорошей работе? Потому что так положено? Мы воспитываем его, руководствуясь своими ценностями. А может, воспитание поможет будущему взрослому человеку быть счастливым и целостным? В таком случае ему поможет не наше советское/постсоветское воспитание, а органическое формирование личности в реалиях настоящего времени.

В практике различных компаний достаточно часто используются два, на первый взгляд, похожих понятия – миф и легенда [2]. Именно они в точности отражают видение современной ситуации с корпоративной культурой. Представьте себе timeline – временную линию. Вы находитесь в центре. Впереди будущее, за спиной прошлое. По левую руку стремительно пульсирует вектор мифа. Это сторона, в которой есть нечто идеальное. Идеальная корпоративная культура, к которой можно стремиться бесконечно. Свидетелей, подтверждающих, что «да, это существует и работает» нет. Однако внутренний HR-перфекционист не позволяет остановиться.

По правую сторону неонем горит вектор легенды. Это зона компаний поистине легендарных. Компаний, о которых пишутся книги, в которых удалось сформировать нечто уникальное, чудесное, яркое, свободное и позволяющее сотрудникам любить компанию как самое дорогое в своей жизни, быть частью корпорации, вовлекаться и лояльничать на уровне максимум.

В какую сторону стремитесь вы? Может, в прошлое, поддерживая старые принципы? Или в будущее – готовитесь к новому поколению уже сейчас?

С сожалением видим каждую из этих четырех стратегий. Потому что искренне приходится сопереживать эмоциональному состоянию сотрудников, работающих в компании сейчас, в точке реальности. Которые, зачем-то, находятся в состоянии постоянных изменений, стресса и проверки устойчивости психики.

Наш основной посыл – необходимо дать корпоративной культуре развиваться самостоятельно. Консультанты и новые HR-менеджеры большую часть времени и сил ориентируют не на формирование, развитие, а на борьбу с сопротивлением, вызванным последствиями «прошлого» вмешательства [3].

Можно спрогнозировать последствия навязанной корпоративной культуры.

Дань моде превращается в демотивацию. Навязывание модных корпоративных веяний вызывает у сотрудников приступ недоверия, который превращается в снижение лояльности к компании, а следом трансформируется в снижение вовлеченности [4]. И это, в первую очередь, касается сотрудников, приносящих деньги, давая возможность использовать бюджетные средства на формирование демотивационной корпоративной культуры. Иронично, не находите?

Сложности при подборе нового персонала. Корпоративная культура проявляется часто в образе идеальной или компромиссной [5]. Эти виды вам хорошо знакомы: первая – красивая, лощеная, с кодексами и «пуфами». Только вот подобрать нового члена в такую идеальную семью без дилемм никак – либо профессионал идеальный, но человек не очень, либо наоборот – идеально по форме вписывается в нашу корпоративную культуру, только потенциал вялый.

История с компромиссной культурой – одна из самых распространенных. Когда есть в компании лидеры мнения, которые и работают давно, и авторитет огромный, только новые ценности не разделяют и вообще «в игрушки эти играть не собираются». И мы закрываем на них глаза, как и на множество маленьких, еле улавливаемых деталей, и продолжаем формировать нашу «идеальную» корпоративную культуру. При подборе транслируем всю аутентичность культуры, а уже после трех недель адаптации кандидаты чувствуют на себе липкую пену от лопнувшего мыльного пузыря.

Сопротивление внутренних сотрудников «бирюзовым» веяниям. Сделаем здесь небольшую паузу. Иногда становится страшно, когда в заполненных ТЗ или на установочных встречах рисуются такие словосочетания: «мы – бирюзовая организация», «мы хотим быть бирюзовой». Это не смешно. Это действительно пугает.

Прежде всего, руководители спрашивают сотрудников – готовы ли они. Не анкетами, не опросами в google-формах. Их погружают в безопасную для них среду – моделируют компанию в метафоре или геймификации. Если сотрудники не готовы – NPV проекта отрицательный. Те, кто рефлексит на эту тему, пускаются в следующий этап.

Им предоставляется возможность. Предоставить возможность не равно приказать. Скорее это «если хотите – можете попробовать. Мы не лезем». Часть горит на энтузиазме первую неделю и подыхает, словно китайская батарейка, но есть часть компаний, которые по принципу Duracell скачут до финиша.

И вот на этом этапе сотрудники начинают пугаться – чего дальше ждать-то? Появляется множество вопросов. Правда, что за нами никто не наблюдает? Или ждать удара по макушке? Мы действительно предоставлены сами себе и можем творить что хотим? Вот здесь точка разрушения, которая как в волнах Кондратьева. Нужно опуститься на дно, чтобы было от чего оттолкнуться. Да, в этот момент главное – никого

не трогать. Пусть ломают систему, процессы, отношения. Не надо бояться этого. Следует помнить: все сотрудники работают за деньги [6]. Если они не будут зарабатывать деньги, они не выплатят ипотеки, не подарят шубы женам, не купят айфон, не съездят в Египет. Именно поэтому, после бури разрушений, они начнут выживать. И выстраивать процессы, систему и отношения с нуля. Только теперь ценность этого очень велика, ведь построено своими руками. Не HR-менеджером. Не топ-командой. А именно своими.

Если культуру позаимствовали. В этом случае сопротивление исходит от двух типов сотрудников. Первые, иксовой культуры, любители регламентов и статуса возмущают щеки – как это нет больше руководителей? Что значит, самостоятельно принимайте решения?

Вторые, свободные, молодые с единственной жизненной целью быть счастливыми даже босыми, фыркают – даете нам свободу и ответственность в виде фреймворков, скрама, канбана и прочего гибкого, при этом ограничиваете нас четкими сценариями проведения собраний и организации работы, от которых отходить нельзя, потому что так написано в красной книжечке. А еще мы должны отчитываться о результатах этой свободы своему руководителю, который так и остался руководителем, просто теперь запрещено его так называть.

Поделимся некоторыми принципами, которые способствуют трезвому взгляду на «заимствование» культур, методологий, инструментов:

- Корпоративная культура – условия. Люди – растения. Есть неприхотливые, но их полезность под вопросом. Чтобы растения росли, реализовывали функцию фотосинтеза, давали прекрасные цветы – необходимо поддерживать благоприятные условия. Если условия меняются, растения погибают. Есть, правда, агрессивные виды, которые все равно изменят условия под себя.

- Если мы сеем семена из Перу в Сибири, не стоит ждать урожая, который удовлетворит перуанских шаманов. «Посаженная» корпоративная культура в условиях нашей ментальности никогда не приведет к результатам легендарных кейсов. Это не грусть, это реальность.

- Корпоративная культура – как одежда: 1) только твоя, 2) по размеру, 3) гигиена. Корпоративная культура – это не то, чем можно поделиться. Лучшие практики – да. Отдельные, маленькие акценты. А чтобы во время кризиса одежда не слетала на повороте, обращайтесь внимание на размер компании. Небольшой штат сотрудников – 50-300 человек не требует раздутости корпоративной культуры, достаточно трех ценностей и всем хорошенько понимать миссию/видение. Тысячные штаты скорее всего сотворят несколько микрокультур. При желании удерживать все, достаточно скрепить их прочной резинкой – а именно, ключевыми ценностными или принципиальными идеями, которые будут объединять все культуры. С гигиеной, надемся, не возникает вопросов. Увольнять можно и нужно.

Как управлять корпоративной культурой, сформированной самостоятельно. Когда мы говорим о самоформирующейся корпоративной культуре, мы вовсе не имеем в виду, что ее не нужно контролировать и ей невозможно управлять. Все проекты разные и уникальные – факт [7]. У успешных же есть несколько общих этапов, черт, характеристик – как угодно можно это назвать. Вот ими и поделимся.

Как мы стимулируем корпоративную культуру принять более конкретное очертание - четыре глагола: спросить – услышать – отпустить – принять. Замкните, словно цикл PDCA. Все же мы в гибком мире.

Что можно увидеть и ощутить на подъеме волны?

- Через месяц кожей можно ощутить атмосферу.
- Через два уходят первые лишние.
- Через пять органическим путем происходит обновление персонала на 40-45%.
- Спустя год даже самые заядлые миллениумы инициируют процесс описания и регламентации

бизнес-процессов.

Какие компетенции помогают реализовать такой проект. Мудрость, здравость, эмпатия, рассудительность, внутренний настрой, этика, логика.. [8]. Причем эти компетенции, желательно развивать не только в руководящем составе, но и в сотрудниках, и в консультантах.

Подводя итоги аналитических рассуждений считаем целесообразным сформировать несколько рекомендаций-выводов:

1. Следует быть честным. Не стоит ждать результата, если не верите в средства. Исключительно доброй является традиция быть честным и открытым по отношению к себе и своим сотрудникам [9]. Если боитесь – скажите об этом. Бойтесь вместе. Как показывает практика (и опыты психологов), страх – сильное объединяющее средство.

2. Целесообразно установить обратную связь. Обратная связь должна быть в формате проверки – жива ли корпоративная культура. Например, сотрудники занимаются корпоративной культурой для настройки межфункциональных коммуникаций. Можно поручить им междисциплинарный проект, посмотреть, как это работает. Если нет – это и будет демонстрацией для сотрудников. Если да – демонстрацией для руководства.

3. Определить критерии оценки эффективности. Пожалуй, это самое важное. Всегда нужно знать, как измерять результат. Количественно и качественно. Для этого, конечно, следует вести аналитику на протяжении всего времени существования компании [10]. Какими могут быть критерии? К примеру, развитие корпоративной культуры для повышения удовлетворенности клиентов. Показателями может быть динамика увеличения промоутеров или снижения детракторов. Если цель проекта по корпоративной культуре – оптимизация процессов, то какая оптимизация? Снижение времени на обслуживание внутренних клиентов? На сколько снижение? Есть возможность перевести в точки контакта и считать по количеству точек? А в деньги? Переводится показатель в деньги? Самый ценный совет, который приходит иногда с опозданием – переводите все в деньги. Конечно, критерии должны быть известны и понятны всем участникам проекта. Поскольку корпоративная культура – всеобъемлющая категория, участниками проекта являются все сотрудники компании.

Библиографический список

1. 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.
2. Бородай В.А. Альтернатива долгосрочным прогнозам развития «когнитивно сложных систем» в российском обществе // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Институт сервиса и туризма Донского государственного технического университета; Ростов-на-Дону, 2013. С. 30-32.
3. Казьмина Л.Н., Бородай В.А. Доминантные экспектации индустрии гостеприимства // Экономические исследования и разработки. 2017. № 5. С. 111-118.
4. Бородай В.А. Торговля в современном обществе: социально-институциональный анализ: моногр. – Ростов-на-Дону.: ИПО ПИ ЮФУ, 2008. -332 с.
5. 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.
6. Бородай В.А. Российские экономические проблемы регулирования сферы потребительского рынка в переходный период // Экономико-финансовая и управленческая компоненты в современных социально-экономических системах. - М.: Планета; Волгоград, 2010. С. 207-217.
7. 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.
8. Бородай В.А. Стратегические ловушки роста // Инновации социальные и экономические: вызовы и решения. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет. 2014. С. 103-105.
9. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Экономические и социокоммуникативные потребности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 3. С. 120-124.
10. 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.

УДК 33

Шарипов К.В., Петросян А.А. Исследование системы
межорганизационного обмена опытом в Администрации г.
Магнитогорска

Study of the system of inter-organizational exchange of experience In the administration of Magnitogorsk

Шарипов Кирилл Васильевич,

магистрант 2 курса

ФГБОУ ВО «Магнитогорский Государственный Технический Университет им Г.И. Носова»

Петросян Анастасия Артуровна,

магистрант 2 курса

ФГБОУ ВО «Магнитогорский Государственный Технический Университет им Г.И. Носова»

Kirill V. Sharipov,

2nd year master's student,

Magnitogorsk state technical University named after G. I. Nosov»

Anastasia A. Petrosian,

2nd year master's student,

Magnitogorsk state technical University named after G. I. Nosov»

***Аннотация.** Актуальность темы исследования обусловлена тем, что межорганизационный обмен опытом персонала является необходимым звеном системы обучения развития персонала органов местного самоуправления.*

***Ключевые слова:** муниципальная власть, обмен опытом, менеджмент, персонал*

***Abstract.** the Relevance of the research topic is due to the fact that the inter-organizational exchange of personnel experience is a necessary part of the system of training of local government personnel.*

***Keywords:** municipal authority, exchange of experience, management, personnel*

Рецензент: Харитонова Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

Основным фактором эффективности деятельности современных органов муниципальной власти является наличие грамотных трудовых ресурсов, способных решать весь комплекс поставленных перед местным самоуправлением задач. Без наличия квалифицированного персонала, имеющего не только теоретические знания, но и профессиональную подготовку, любой орган муниципальной власти может столкнуться с рядом существенных проблем: негативные отзывы населения о работе органов муниципальной власти; бюрократизация, очереди, затрудненность оказания муниципальных услуг; низкая активность служащих в профессиональной сфере; снижение эффективности деятельности всего органа управления.

Межорганизационный обмен опытом персонала является необходимым звеном системы обучения развития персонала органов местного самоуправления.

Статистика межорганизационного обмена опыта в Администрации г. Магнитогорска представлена в таблице 1.

Таблица 1

Статистика межорганизационного обмена опытом в Администрации г. Магнитогорска в 2016 – 2018 гг.

	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Количество принятых делегаций	3	10	4
Количество поездок в ОМС других территорий	1	2	2

Оценка уровня работы по организации межорганизационного обмена опытом муниципальных служащих администрации может быть дана через соотношение числа сотрудников прошедших такую программу к их общему количеству. За период с ноября 2016 по декабрь 2018 г. в администрации города Магнитогорска различные виды повышения квалификации прошли 46,66% ее сотрудников. В результате этого более трети муниципальных служащих не испытывают сложности при исполнении служебных обязанностей, еще треть – очень редко.

В то же время подготовку в форме межорганизационного обмена опытом, стажировок и обучающих командировок прошли в организации за последние три года только 2% муниципальных служащих. Тем не менее, по мнению 93,1% опрошенных сотрудников администрации г. Магнитогорска, квалификация и профессиональные знания, которые они имеют, полностью соответствуют занимаемой в организации должности. Затруднились ответить на этот вопрос 6,9% (рис. 1).

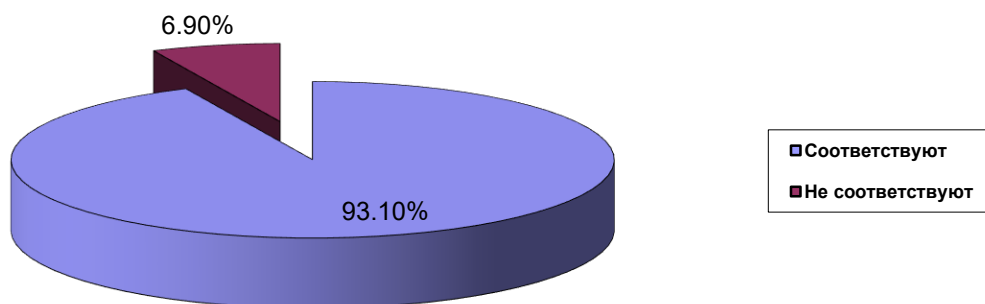


Рисунок 1. Мнение сотрудников администрации г. Магнитогорска о профессиональном соответствии занимаемой должности

Как видим из рисунка 1, по формальным показателям и самооценке муниципальных служащих администрации г. Магнитогорска уровень квалификации сотрудников на достаточно высоком уровне. Это подтверждается и данными по аттестации муниципальных служащих. За последние три года все сотрудники, которые должны были проходить аттестацию (100 %) выдержали ее успешно.

Были выявлены и существенные пробелы в организации межорганизационного обмена опытом муниципальных служащих. В частности было установлено, что администрация г. Магнитогорска сама является принимающей организацией для сотрудников органов ОМС с. Агаповка, Бреды, Первомайское, Степное, г. Верхнеуральска и т.д., однако в администрации уделяется чрезвычайно малое значение адаптации стажирующихся кадров. Специально организованное первичное обучение проводится редко (в виду отсутствия финансирования), а в основном принята система самообучения сотрудников, которые самостоятельно изучают в общем отделе, кадровой службе и иных подразделениях всю поступающую документацию и нормативно-правовые акты, в связи с этим стажирующиеся сотрудники часто совершают профессиональные ошибки, что негативно сказывается на отношениях с руководством, удлинняет процесс вработывания, снижает объективную оценку сотрудника со стороны руководства.

В качестве одного из основных вопросов в системе организации межорганизационного обмена опытом муниципальных служащих в исполнительных органах местного самоуправления выступает постоянное внимание к профессиональному росту работников, прежде всего через систему планирование их стажировок. Опросы же показали, что только 24% служащих администрации г. Магнитогорска считают, что в организации присутствует планирование организации межорганизационного обмена опытом муниципальных служащих, более половины опрошенных такой информацией не обладают (рис. 2).

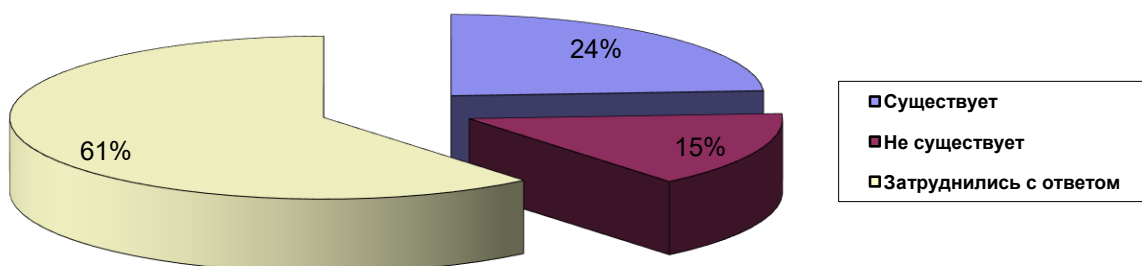


Рисунок 2. Мнение сотрудников администрации г. Магнитогорска о планировании системы обучения служащих

Такие ответы могут говорить о том, что организация межорганизационного обмена опытом муниципальных служащих проводится, закрыто от некоторой части служащих или же осуществляется ситуационное решение таких вопросов в случае появления возможности провести стажировку в каком-либо муниципалитете в России или же за рубежом (были случаи организации подобных стажировок в муниципалитетах Рейн-Вестфалии, Нюрнбуринга).

Подготовка муниципальных Администрации г. Магнитогорска осуществляется в соответствии с принятой программой развития персонала, планом «Организация процесса подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников» и планом подготовки, переподготовки и повышения квалификации.

Он формируется на основе анализа потребностей в обучении структурных подразделений Администрации г. Магнитогорска, перспектив их развития, необходимости подготовки резерва и развития управленческих навыков руководителей, а также на основе рекомендаций аттестационных комиссий.

Для сотрудников Администрации г. Магнитогорска были организованы специальные программы обучения и стажировки в зарубежных и отечественных учебных центрах и муниципальных органах власти. Происходил интенсивный обмен опытом на конференциях в России, странах ближнего и дальнего зарубежья.

Администрация г. Магнитогорска также являлась принимающей организацией для сельских муниципальных районов Челябинской области. За последние годы Администрация г. Магнитогорска стала принимающей организацией для служащих следующих муниципальных образований: варненский район, Первомайский район, Брединский район, Верхнеуральский район, с. Степное, г. Сибай. Динамика показателей Администрации по организации профессионального обучения сельских муниципальных служащих области представлена в таблице 2.

Таблица 2

Количество сотрудников сельских МО, прошедших стажировку в Администрации г. Магнитогорска за 2014-2016 гг.

Направляющие МО	2016	2017	2018
МО Челябинской области	3	9	2
МО других субъектов	-	1	2
МО других государств	-	-	-

Как видно из таблицы 2, динамика показателей разнонаправлена, что свидетельствует об отсутствии системности в организации работы по межорганизационному обмену опытом.

В целом анализ работы по формированию системы межорганизационного обмена опытом в Администрации г. Магнитогорска позволил выявить ряд проблем, решение которых должно повысить ее эффективность.

Отсутствие достаточных возможностей карьерного роста муниципальных служащих Администрации г. Магнитогорска не стимулирует их стремление к профессиональному совершенствованию. Формально высокие показатели уровня повышения квалификации не подкреплены наличием системы постоянного совершенствования профессиональных знаний муниципальных служащих Администрации, особенно для вновь принятых в ее штат. Также остро стоит проблема адаптации сотрудников.

Проведенное исследование показало, что основными недостатками в области межорганизационного обмена опытом в данной организации являются следующие моменты.

1. Было установлено, что администрация г. Магнитогорска сама является принимающей организацией для сотрудников органов ОМС с. Агаповка, Бреды, Первомайское, Степное, г. Верхнеуральска и т.д., однако в администрации уделяется чрезвычайно малое значение адаптации стажирующихся кадров. Специально организованное первичное обучение проводится редко (в виду отсутствия финансирования), а в основном принята система самообучения сотрудников, которые самостоятельно изучают в общем отделе, кадровой

службе и иных подразделениях всю поступающую документацию и нормативно-правовые акты, в связи с этим стажирующиеся сотрудники часто совершают профессиональные ошибки, что негативно сказывается на отношениях с руководством, удлинняет процесс вработывания, снижает объективную оценку сотрудника со стороны руководства.

2. У основной доли рядовых сотрудников Администрации г. Магнитогорска нет положительной мотивации на то, что бы пройти обучение во внешней организации, а тем более, куда-либо ездить. На первое место выступают мотивы материальной обеспеченности и высокой стабильной зарплаты. Кроме того, рядовые служащие не видят зависимости между своим профессиональным ростом и уровнем получаемого дохода.

Объяснений данному моменту, который, по нашему мнению, носит объективный характер, несколько:

- во-первых, в условиях снижения налоговых поступлений в Администрацию г. Магнитогорска сотрудники не считают возможным настаивать на том, чтобы Администрации г. Магнитогорска тратила денежные средства на обучение персонала – основной здесь является мотивации на сохранение рабочего места;

- во-вторых, некоторые сотрудники считают, что в первую очередь необходимо самообразование, а межорганизационный обмен опытом не нужен, он только отрывает от работы.

Существующий уже длительное время стабильный состав муниципальных служащих в администрации г. Магнитогорска обусловил очень низкий уровень ротации кадров, что в перспективе может вызывать отсутствие преемственности, при уходе действующих сотрудников на пенсию или по другим причинам. Отсутствие достаточных возможностей карьерного роста муниципальных служащих администрации г. Магнитогорска не стимулирует их стремление к включению в систему межорганизационного обмена опытом.

3. На уровне рассмотрения той или иной учебной программы межорганизационного обмена опытом оценка ее эффективности основывается на выяснении впечатлений обучающихся о том, представляет ли она интерес, о ее полезности, возможности применения в ежедневной практике. При этом приходится исходить из того, что, если программа обучения понравилась участникам, значит, она является достаточно хорошей. Эффективность обучения оценивается также по изменениям поведения и рабочим результатам тех, кто прошел обучение.

Достижение долгосрочных и краткосрочных целей межорганизационного обмена опытом, необходимость повышения конкурентоспособности и проведение организационных изменений требуют более высокого уровня профессиональной подготовки персонала. А это достигается только четко спланированной работой по обучению персонала и оценке этого обучения. В дальнейшем Администрация г. Магнитогорска, при осуществлении принятой модели обучения, будет стремиться к «идеалу», то есть к тому, чтобы обучение не только повышало уровень знаний работников и вырабатывало у них требуемые профессиональные навыки, но и передавало работникам информацию о текущем состоянии дел в компании, способствовало развитию у них понимания перспектив развития организации и основных направлений ее

стратегии, повышало уровень их трудовой мотивации, приверженность своей организации и заинтересованность в ее делах. Возможно, для этого потребуются разработка и введение новых механизмов управления обучением.

4. Одной из важных проблем в организации процесса межорганизационного обмена опытом в Администрации г. Магнитогорска является определение степени актуальности знаний работников. В связи с этим отдел кадров и служба по подготовке кадров не владеют полной информацией о том, насколько полны и актуальны знания по профессии у каждого работника, чтобы определить следует ли его обучать. В Администрации г. Магнитогорска определение степени актуальности знаний служащих должно проводиться по их профессиям. Это связано с тем, что разные профессии по-разному вписываются в рамки процесса государственного и муниципального управления: некоторые из них теряют свою актуальность, некоторые ее приобретают. Внутри них период устаревания знаний обычно принимается равным жизненному циклу управленческого процесса, разработка которых составляет содержание труда служащих. Переход к разработке административных процессов нового класса существенно снижает степень соответствия профессиональных знаний служащим требуемому уровню и делает необходимым либо повышения их квалификации, либо их полную переподготовку.

5. Исследование установило, что сами служащие администрации достаточно низко оценивают проводимую работу по организации межорганизационного обмена опытом муниципальных служащих из сельских муниципальных районов. У значительной части сотрудников сложилось мнение, что такая работа в городе не проводится. Большинство из муниципальных служащих не знают об основных положениях политики администрации по организации стажировки служащих из сельской местности, о чем говорят следующие данные.

6. Отдел кадров Администрации г. Магнитогорска не всегда учитывает, что эффективность управления профессиональным развитием муниципальных служащих в Администрации предполагает учет мотивационной составляющей выбора профессии с тем, чтобы отдавать предпочтение тем лицам, которые выбирали ее, исходя из своих склонностей и способностей. Только работающие по призванию люди могут принести Администрации г. Магнитогорска наибольшую пользу, полностью реализовав свой творческий потенциал в процессе профессиональной деятельности. При этом они приносят пользу не только Администрации, но и самим себе, так работа по призванию повышает удовлетворенность служебными отношениями и, следовательно, его эффективность. Кроме того, лица, которые выполняют работу, отвечающую их интересам и способностям, как правило, не намерены ее менять, даже, несмотря на те трудности, с которыми они сталкиваются в условиях перехода к рынку.

7. Исследование выявило факт того, что муниципальные служащие не знакомы с критериями оценки результатов межорганизационного обмена опытом, а беседа с сотрудником отдела кадров показала, что таких критериев просто нет, поскольку они должны быть утверждены в соответствующей программе, но она не принята до сих пор. Это говорит о том, что в Администрации нет заинтересованности в реальной оценке

результатов обмена опытом, что влечет за собой невозможность применения новаций, о которых стажер узнал в процессе стажировки.

8. Недостаток финансирования. Объем финансирования повышения квалификации не позволяет в полной мере обучить необходимое количество сотрудников.

В связи с этим необходима разработка стратегических установок администрации на долгий срок с корректировкой существующей программы в качестве официально утвержденного оперативного плана. Подводя итог, отметим, что недостатки системы обучения и межорганизационного обмена опытом администрации г. Магнитогорска, названные выше, требуют внесения конкретных корректив при ее дальнейшем осуществлении.

Исследование выявило, что при прохождении стажировок муниципальными служащими сельских муниципальных образований на базе Администрации г. Магнитогорска значительная их часть испытывает существенные затруднения в процессе адаптации. Прибывшие сотрудники не знакомы со структурой органа муниципальной власти, особенностями функциональных связей, режимом и порядком работы, в связи с этим в программу стажировок на базе Администрации г. Магнитогорска необходимо внести пункты, предусматривающие назначение наставника и мер по первичной адаптации новоприбывшего сотрудника.

Подводя итоги проведенному исследованию, отметим, что персоналу как одному из главных условий эффективной деятельности Администрации г. Магнитогорска на длительный период принадлежит важнейшее место в системе управления муниципальной службы.

По нашему мнению, инновации, относящиеся к развитию знаний и навыков муниципальных служащих, развитию их потенциала, имеют приоритетное значение по сравнению с инновациями в сфере совершенствования свойств продукта, технологии и организации производства, следовательно, инвестиции в персонал являются самыми надежными.

Библиографический список

1. Боженков С. Проблемы и практика разработки программы развития муниципальных кадров // Управление персоналом. № 6. 2014. С. 44 - 47.
2. Бондаренко М.В. Правовое регулирование труда муниципальных служащих. Обнинск: Ин-т муниципального управления, 2014. 160 с.
3. Веснин В.Р. Менеджмент. М.: Гардарики, 2015. 528 с.
4. Емельянов О. Российский кадровый менеджмент: составляющие эффективности // Человек и труд. 2013. № 2. С. 52–57.
5. Завидовский Д. Формирование кадрового потенциала муниципальной службы: проблемы, опыт, тенденции Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.dialogvn.ru/uk/2012/n02/s01-2-09.htm>
6. Черепанов В.В. Основы государственной службы и кадровой политики. М.: Юнити-Дана, 2014. 679с.
7. Чижов Н.А. Кадровые технологии. М.: Экзамен, 2013. 351 с.

Мировая экономика

УДК 33

Коломийцева В.Ю., Побирченко В.В. Иммиграционные процессы в Европе в условиях глобализации

Immigration processes in Europe in the conditions of globalization

Коломийцева В.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

Kolomiytseva V.Yu.,

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 иммиграционные процессы, которые затронули Европу в условиях глобализации. Проведена оценка проблемы иммиграции, которая на современном этапе приобретает для европейских государств критический характер. Отмечено, что с каждым годом иммиграционная политика подавляющего большинства стран Европейского Союза будет неуклонно ужесточаться. С одной стороны, автор статьи характеризует иммиграционный процесс через призму глобализационных процессов, с другой стороны - описывает сами иммиграционные процессы. Представлены преимущества и недостатки иммиграции в Европу, рассмотрены иммиграционные потоки мигрантов которые направляются в европейские страны. Описаны возможные последствия миграционного кризиса. Выявлены проблемы миграционных процессов, предложены пути их решения.

Ключевые слова: иммиграционные процессы, иммиграция, экономическая ситуация, экономическая политика, глобализация, миграция, иммигрант, Европейский Союз, беженцы.

Abstract. The article discusses immigration processes that have affected Europe in the context of globalization. An assessment of the problem of immigration has been carried out, which at the present stage is becoming critical for European states. It is noted that with each passing year, the immigration policy of the overwhelming majority of the countries of the European Union will be steadily tightened. On the one hand, the author of the article describes the immigration process through the prism of globalization processes, on the other hand, it describes the immigration processes themselves. The advantages and disadvantages of immigration to Europe are presented, the immigration flows of migrants that are sent to European countries are considered. The possible consequences of the migration crisis are described. Identified problems of migration processes, suggested ways to solve them.

Keywords: immigration processes, immigration, economic situation, economic policy, globalization, migration, immigrant, European Union, refugees.

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 глобализация в экономической сфере характеризуется не только либерализацией торговли, капитала и инвестиций, но также транснациональными потоками людей, перемещающихся в поисках работы и лучшей жизни из страны в страну, с континента на континент.

Глобализация – явление в своей основе объективное. Вместе с тем немалую роль в этом процессе играют её участники – субъекты, важнейшим из которых являются государства. Именно они во многом определяют уровень (масштабы) распространения глобализационных процессов и направление (усиление или торможение) их развития. Важной частью глобализационного проекта представляется современная миграция, которая как социальный феномен претерпела фундаментальные изменения [1].

Иммиграция – это въезд в страну, выбранную иностранцем или лицом без гражданства для своего постоянного проживания.

При иммиграции в Европу наиболее реальные способы следующие [4]:

- Бизнес иммиграция в Европу.
- Иммиграция в Европу для финансово независимых иностранцев.
- Иммиграция в Европу на основании покупки недвижимости.
- Иммиграция в Европу через учебу.
- Иммиграция в Европу через трудоустройство.
- Иммиграция в Европу через замужество.

Со второй половины XX века человечество является свидетелем резкой интенсификации миграционных потоков, охватившей весь мир и, в частности, страны Европейского Союза, что является следствием множества факторов, а именно: бурного роста населения, особенно в «странах третьего мира», войн, гражданских восстаний и, как следствие, падения политических режимов в странах Северной Африки и Ближнего Востока, нарушения прав человека. Эти обстоятельства привели к изменениям характера миграционных потоков: от миграции по экономическим причинам к вынужденной миграции [5].

В современных экономических условиях и в период кризиса международная иммиграция приобрела поистине глобальные масштабы, международные потоки значительно возросли. Безусловно, иммиграционный процесс во многом индивидуален. Каждый из потенциальных иммигрантов находит в нём что-то своё. Для одних новая жизнь в Европе станет раем, другие же будут стремиться как можно быстрее вернуться на родину.

Началом возникновения основного европейского миграционного кризиса считается весна 2015 года. В этот период поток вынужденных мигрантов в страны Европейского Союза из североафриканских, ближневосточных государств внезапно многократно увеличился. К вынужденным мигрантам из этих регионов

добавились и их собратья из Южной Азии. По своим масштабам современный миграционный кризис считается самым крупным на европейском континенте после окончания Второй мировой войны. Понимание размеров миграции характеризует следующая статистика: если в 2014-м году в странах Евросоюза были зарегистрированы 270 тыс. чел. вынужденных мигрантов, то уже за первое полугодие 2015 года их число достигло 1,8 млн. чел., в 2016 году прибыло 1,3 млн. мигрантов, в 2017-м — около 900 тысяч. С января по сентябрь 2018 года, количество иммигрантов сократилось и составило только 380 тыс. человек [5].

К преимуществам иммиграции можно отнести [2]:

- переезд в европейское государство даст возможность законно трудоустроиться, получать заработную плату европейского уровня, иметь социальные гарантии;
- работа в Европе даст неоценимый опыт и послужит серьёзным преимуществом при трудоустройстве в других странах мира;
- для иммигранта открыта возможность учиться в европейских высших учебных заведениях, пользоваться услугами качественной медицины;
- иммигрант и его семья имеют право на получение социальных гарантий от принявшего их государства;
- иммиграционный статус даёт возможность облегчённого оформления въездных разрешений в Соединённые Штаты Америки, Канаду, Австралию и другие, привлекательные для иммигрантов, экономически высокоразвитые страны мира;
- иммигрант имеет право регистрировать и развивать собственный бизнес в Европе, взаимодействуя с государственными и коммерческими организациями;
- иммигранты могут пригласить к себе ближайших родственников для совместного проживания в европейской стране;
- жизнь в Европейском государстве — это уверенность в завтрашнем дне, а также возможность дать своим детям «путёвку в жизнь»;
- продукты в Европе высокого качества, что обусловлено не только нормами Евросоюза, но и самим подходом европейцев к своему питанию;

Рассматривая преимущества иммиграции в Европу следует также упомянуть и о недостатках:

- дороговизна жизни в европейских странах;
- сложности иммиграционного процесса;
- ментальная разница;
- в связи с кризисом мигрантов конкуренция на рынке труда стран Евросоюза постоянно повышается;
- в некоторых европейских государствах, являющихся основными центрами притяжения для вынужденных мигрантов повышается уровень преступности, особенно в крупных городах;

- европейский кризис мигрантов вынуждает власти стран Европейского Союза принимать непопулярные среди иммигрантов законы, направленные на ужесточение иммиграционного законодательства. В связи с чем иммигрировать в Европу становится всё сложнее.

В настоящее время число вынужденных мигрантов, разными путями попадающих в Европу, постепенно падает, но они есть. Основной поток вынужденных мигрантов направляется транзитом через территорию Турции из ближневосточных стран. Часть из них оседает в Греции, балканских странах, но основной целью являются развитые в экономическом плане страны Европы: Германия, Франция, Великобритания, Италия, Бельгия, скандинавские государства. Возникновение напряжённого миграционного трафика из ближневосточного региона вызвано непрекращающимися вооружёнными конфликтами в этом регионе мира.

Второй поток вынужденных мигрантов направляется в Европу из африканских стран. Причиной этому является голод, вооружённые конфликты, а также демографический взрыв, который констатируется сегодня в странах Северной и Западной Африки.

Третий поток мигрантов направляется в европейские страны из Индии, Шри-Ланки и стран Индокитая. Эту категорию можно смело отнести к мигрантам экономическим, которые стремятся найти в Европе высокооплачиваемую работу и легализоваться в странах Евросоюза.

Эксперты прогнозируют, что к 2020 году количество вынужденных мигрантов на территории Европейского Союза может достигнуть 40 млн. человек.

Чтобы сократить количество иммигрантов можно предположить, что с каждым годом иммиграционная политика подавляющего большинства стран Европейского Союза будет неуклонно ужесточаться. Это означает, что и россиянам, и жителям других стран иммигрировать в любую из европейских стран будет всё сложнее. Уровень жизни иммигранта во многом зависит от того, какой квалификацией он обладает и, соответственно, какую имеет заработную плату. В большинстве европейских стран, за исключением Скандинавии, заработная плата низкоквалифицированного персонала и высококвалифицированных специалистов отличается в десятки раз [1].

Одним из возможных последствий миграционного кризиса может стать закрытие границ между странами, являющимися участниками Шенгенского соглашения.

На начальном этапе своего проживания в европейском государстве иммигранты стараются прикладывать максимальные усилия в направлении профессиональной самореализации, а также изучении языка принимающего государства и интеграции в его общество. Без сдачи тестирования на знание государственного языка и интеграции в социум невозможно дальнейшее продвижение, получение вида на жительство и, в итоге, гражданства.

Способов иммиграции в Европу существует множество, но для получения иммиграционного статуса необходимо иметь достаточные основания. Для иммиграции в европейскую страну способом трудоустройства иммигранту потребуется иметь на руках контракт с одной из её компаний, а также получить от своего будущего

работодателя приглашение на работу. Россиянин, у которого есть указанные документы, может смело обращаться в дипломатическую миссию принимающей страны в Российской Федерации или в специализированный визовый центр (если он выдаёт соответствующую категорию виз) за получением рабочей визы. С рабочей визой российской трудовой мигрант приезжает в Европу, где уже на месте занимается оформлением вида на жительство. Законодательство Европейского Союза обязывает работодателей возложить на свои плечи все заботы и затраты по оформлению иммиграционного статуса для своих зарубежных работников.

В приоритетном порядке будут приняты на работу в Европе специалисты высокого уровня квалификации, имеющие подтверждённые документы о полученном образовании, профильный стаж работы, а также рекомендации от предыдущих европейских работодателей. В большинстве стран Евросоюза рабочий вид на жительство выдаётся сроком на год. Исключение будет сделано для обладателей Голубой карты Евросоюза, которым статус присваивается сразу на два года.

Развитие экономики многих государств напрямую зависит от иностранных инвестиций, некоторые же не испытывают в них особой потребности. Поэтому и условия иммиграции для представителей бизнеса, а также инвесторов в разных европейских странах заметно отличаются.

Чаще всего зарубежные предприниматели имеют право регистрировать предприятия любой формы собственности. В определённых случаях требуется, чтобы в составе учредителей был гражданин принимающей стороны. Также в каждой из стран существуют различные требования в отношении уставного фонда регистрируемого предприятия. При регистрации возможно использование фирм-посредников, но собственник бизнеса должен присутствовать при открытии счёта в банке-резиденте принимающей страны.

Существующие иммиграционные программы для зарубежных инвесторов предполагают различный минимальный порог участия. Как правило, он не ниже 250 тысяч евро. В Швейцарии, например, отсчёт начинается от миллиона евро, в Германии — от полумиллиона, а в Болгарии — от 250 тыс. евро. Бизнесмены подают на рассмотрение профильного министерства принимающей страны бизнес-проект, инвесторы — заявки на инвестирование. Регистрируемый бизнес, как и инвестиции, должен быть не просто эффективным и рентабельным, но и приносить пользу для экономики государства. В случае одобрения чиновниками инвесторам и бизнесменам выдаётся соответствующее приглашение, на основании которого они получают визу. Уже на территории европейской страны оформляется вид на жительство. Для инвесторов существуют определённые особенности. В некоторых странах получаемый иммиграционный статус будет зависеть от объёма инвестируемого капитала. Например, при вложении от полумиллиона евро инвестор получает вид на жительство, при инвестировании от 2 млн. евро — сразу постоянное место жительства. Для более крупных инвесторов (как правило, отсчёт начинается с 10 млн. евро) возможно даже получение гражданства без прохождения всех предварительных иммиграционных этапов. Но особые условия иммиграции возможны только на основании отдельных правительственных решений [9].

О вынужденных мигрантах в Европе было сказано выше. Официальный статус беженца выдаётся далеко не всем. Для этого необходимо иметь неопровержимые доказательства того, что для мигрантов существует реальная угроза на родине. Статус подразумевает получение социальной помощи от государства, а также льготные условия иммиграции. Он присваивается на срок от трёх до пяти лет (в разных странах), после чего властями проводится оценка ситуации в той стране, из которой был вынужден уехать беженец. Если она нормализовалась, то беженцу предложат вернуться домой, если же нет — выдадут ПМЖ. Для беженцев, как правило, нет необходимости прохождения языковых и иммиграционных тестов.

Получить вид на жительство при приобретении недвижимости можно далеко не в каждой европейской стране. В этом отношении иммиграционное законодательство в каждой из них заметно отличается. Расскажем о данном способе иммиграции на примере Греции. Иностранец приобретает недвижимость любого целевого назначения, стоимость которой, по оценкам государственного реестра недвижимости, должна составлять не менее 300 тысяч евро. Он получает вид на жительство и, кроме того, может пригласить для совместного проживания родственников. В дальнейшем для переехавших открыт путь полноценной натурализации.

Таким образом, иммиграционный кризис в Европе (подобно процессам глобализации, которыми он и был порождён) имеет как объективные, так и субъективные основания. В первом случае иммиграция выступает естественным следствием «размывания» государственных границ, во втором – «запрограммированным» результатом деятельности «внешних сил». Международная миграция представляет серьёзную опасность, как национальному образу жизни, так и национальной идентичности. В условиях глобализации способность государств контролировать свои национальные границы остаётся едва ли не последним признаком их суверенитета, возрастающее давление на который оказывают как объективные реалии трансграничного взаимодействия, так и глобальная либеральная экономика, требующая свободы перемещения рабочей силы, капиталов, информации [8]. Сокращение препятствий к трансграничной мобильности обусловлено, в том числе, нормами и правилами единой социальной политики Европейских стран [10].

Иммиграция в Европу — сложный и многоступенчатый процесс в условиях глобализации. Успешная реализация иммиграционной политики во многом будет зависеть от подготовки потенциального иммигранта, от его компетентности в иммиграционном законодательстве принимающей страны, а также от понимания общеевропейской ситуации в отношении мигрантов из третьих стран. Регулирование иммиграционных процессов в течение последних десятилетий постепенно становилось все более значимым направлением деятельности Европейского союза, приоритетным пунктом экономической и политической повестки дня современной Европы.

Библиографический список

1. Большова Н.Н. "Пегиды" как пример массовых протестных движений, возникших в Европе под влиянием миграционного кризиса // Полис. Политические исследования. – 2016. - № 3. - С. 123-137. DOI: 10.17976/jpps/2016.03.10 (дата обращения 20.12.2018)
2. Гранин Ю. Глобализация: «вестернизация» и альтернативные формы глобальных стратегий // Россия и мир: анатомия современных процессов: сборник статей / под ред. Е. А. Нарочницкой. - М.: Международные отношения, 2014. - С. 8-27.
3. Зиновьев А.А. Глобализация есть новая мировая война [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.anti-glob.narod.ru/sbomik/zin1.htm> (дата обращения: 20.12.2018).
4. Иммиграционные процессы в Европе в условиях глобализации: автореферат дис. ... кандидата политических наук : 23.00.04 / Шишмарева Мария Владимировна; [Место защиты: Дипломат. акад. МИД РФ]. - Москва, 2012. - 22 с.
5. Морозова В.Н. Германский опыт интеграции мигрантов в принимающее общество / В. Н. Морозова, Д.П. Золотарев // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. серия: социально-гуманитарные науки. - 2018. - № 2 (6). - С. 87-92.
6. Манойло А.В., Журавель В.П. Европейский Союз перед угрозой новой волны террористических актов и цветных революций // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2015. - № 3. - С. 55-62.
7. Пасякина Л.С. ЕС: Иммигранты как необходимость и как проблема // Современная Европа - 2016. - № 4 (52). - С. 34-43.
8. Слинько А.А. Политические процессы в России и в мире в условиях глобального кризиса: монография / А.А. Слинько, В.И. Сальников, Ю.И. Лаптева, Е.А. Слинько. – Воронеж: Издательскополиграфический центр «Научная книга», 2013. – 127с.
9. Трофимова О. Миграционный кризис в странах ЕС: основные причины и тенденции. Год планеты: ежегодник. Вып. 2015 г. [Электронный ресурс] // Экономика, политика, безопасность. Барановский В.Г., гл. ред. Москва, Идея-Пресс, 2015, С. 141-151 (дата обращения 22.12.2018)
10. Шутаєва О.О., Побірченко В.В. Моделі соціальної політики ЄС: основні напрями трансформації // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. - 2013. - Т. 26(65). - № 1. - С. 174-182.

Региональная экономика

УДК 332.14

Емельянова Е.В., Харчикова Н.В. Оценка сильных и слабых сторон инфраструктурного обеспечения инновационной деятельности Калужской области и реализации региональной инновационной ПОЛИТИКИ

Assessment of the strengths and weaknesses of infrastructure support for innovation
Kaluga region and implementation of regional innovation policy

Емельянова Евгения Валерьевна,
кандидат экономических наук, доцент
кафедры экономики и менеджмента

Харчикова Наталья Валентиновна,
кандидат экономических наук, доцент
кафедры естественнонаучных и математических дисциплин

Калужский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы (Калужский филиал РАНХиГС)
Yemelyanova Evgeniya Valerievna,

Candidate of Economical Sciences, Associate Professor Department of economy and management,
Kharchikova Natalya Valentinovna,

Candidate of Economical Sciences, Associate Professor Department of scientific and mathematical disciplines
Kaluga branch of Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration

Аннотация. В статье рассмотрены основные преимущества и недостатки, связанные с инфраструктурным обеспечением инновационной деятельности в Калужской области и реализацией инновационной политики. Обозначены основные проблемы инновационного развития региона и региональной инновационной политики, обусловленные, прежде всего, слабо развитой сетью перемещения технологий в регионе, а также высокой стоимостью нововведений, недостатком финансовой поддержки со стороны государства. Акцентируется внимание на качестве и эффективности управления, которое состоит в эволюционном развитии системы управления Калужской области, сочетающейся с происходящими на ее территории социально-экономическими изменениями.

Ключевые слова: инновации, инновационная инфраструктура, инновационная политика, инновационный потенциал, инновационное развитие региона, нововведения, региональная политика.

Abstract. The article deals with the main advantages and disadvantages associated with the infrastructure support of innovation in the Kaluga region and the implementation of innovation policy. The main problems of innovative development of the region and regional innovation policy, due primarily to the poorly developed network of technology movement in the region, as well as the high cost of innovation, lack of financial support from the state. The attention is focused on the quality and efficiency of management, which consists in the evolutionary development of the Kaluga region management system, combined with the socio-economic changes taking place on its territory.

Keywords: innovation, innovation infrastructure, innovation policy, innovation potential, innovative development of the region, innovation, regional policy.

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

Инновационное развитие регионов происходит под влиянием, как внешних вызовов, так внутренних проблем. Все больше и больше возникает необходимость обеспечения сбалансированного развития всей территории страны с экономической и социальной точки зрения. В России по-прежнему сохраняется и будет сохраняться высокая дифференцированность в социально-экономическом развитии ее субъектов, которая ежегодно приводит к потерям ВВП. По оценкам специалистов, такие потери составляют порядка 2-3% [6].

Важно понимать, что эффективность функционирования экономики страны в целом и ее отдельных регионов зависит от того насколько своевременно и эффективно осуществляются преобразования в региональной инновационной сфере. Одновременно с этим общая картина экономического развития страны обуславливается тем, насколько быстро и успешно инновационные преобразования происходят в региональных системах.

Целесообразно отметить, что в настоящее время инновационное развитие региона рассматривается как социально-экономический процесс, который непосредственно зависит от формирования региональной инновационной системы. Более того, такая система должна быть готова к наращиванию регионального инновационного потенциала и способна его реализовывать, организуя высокотехнологичные производства, основанные на применении, как интеллектуального труда, так и продуктов, которые создают достаточно высокую добавленную стоимость.

Что же касается инновационного потенциала, то он представляет ту совокупность условий и факторов, которые характеризуют способность каждого региона инновационно развиваться, а также изменяться, стремиться к улучшению и прогрессу. Вместе с тем любое инновационное развитие трудно представить без участия органов власти всех уровней и если характеризовать инновации с позиции модернизации экономики, то следует отметить важность усиления их ответственности и роли. Здесь важным представляется соблюдение баланса интересов всех субъектов инновационного развития в регионе и на первый план выдвигаются вопросы качества и действенности инновационной политики, реализуемой в субъектах Российской Федерации.

Для любого региона основной двигатель экономического роста - это активизация и мобилизация внутренних резервов, разностороннее развитие, как наукоемких технологий, так и инновационной деятельности в целом. Именно научно-исследовательские и инновационные разработки в различных областях формируют основу для развития наукоемких производств, производства с использованием новых технологий таких видов продукции, которые пользуются достаточно широким спросом.

Калужская область, являясь одним из субъектов Центрального федерального округа, специализируется на производстве промышленной и сельскохозяйственной продукции. На долю этих видов продукции приходится 40% валового регионального продукта [4]. При этом на протяжении продолжительного времени

регион демонстрировал очень быстрое экономическое развитие, чем привлекал международных инвесторов. Такая положительная динамика развития экономики Калужской области позволила нарастить научно-производственный потенциал и на этой основе реализовать свои социальные программы.

До 2006 года Калужская область была дотационной, по состоянию мало чем отличалась от любого другого региона центральной России. Большая часть производственных мощностей давно не модернизировалась, инфраструктуры для привлечения новых предприятий не было. Все это сопровождалось оттоком рабочей силы, в основном в Москву. Для выхода из этой ситуации была разработана Стратегия развития региона до 2030 года, где основным курсом была определена работа с инвесторами и обозначен ряд приоритетных отраслей. С 2006 года в Калужской области создано 108 новых предприятий и более 30 рабочих мест. В 2018 году было организовано 9 новых производств. При этом более 200 проектов со всего мира реализуются именно в калужском регионе. В переговорном портфеле, в настоящее время, находятся еще 150 проектов. Фактический объем инвестиций за период с 2006 года по сентябрь 2018 года составил порядка 374,8 млрд рублей [5].

Рассматривая показатель объема инновационных товаров в общем объеме отгруженных товаров, отметим, что бесспорным лидерами в 2017 году по-прежнему являлись Московская область (14,7%) и Тульская область (12,4%). Также следует выделить Ярославскую и Белгородскую области. Причем в указанных областях данный показатель выше, чем в среднем по ЦФО. Что же касается непосредственно Калужской области, то у нее один из самых низких показателей, который в 2017 году составил 2,7% и был ниже среднего по Центральному федеральному округу. В тоже время инновационная активность организаций превышает и составляет 9,0%.

Следует отметить, что основной продукт, предлагаемый регионом инвесторам, включает размещение производств на двух площадках особой экономической зоны, находящихся в г. Людиново и г. Боровске и в 12 индустриальных парках региона. Каждый из представленных объектов представляет собой земельный участок, полностью подготовленный для производств, на котором располагается необходимая инфраструктура и коммуникации: электричество, газ, вода и очистные сооружения. В индустриальных парках калужского региона реализовали свои проекты такие компании, как Nestle, Lafarge, Fuyao Glass, L'Oreal, Continental, Samsung, General Electric и многие другие. Всего реализовано за период 110 инвестиционных проектов [6].

В Калужской области на протяжении нескольких лет создавалась устойчивая и многоуровневая система поддержки и развития инноваций. Лучшим механизмом поддержки инновационных проектов по праву считаются программы Фонда содействия инновациям, региональным представительством которого является центр кластерного развития Калужской области, а именно, Агентство инновационного развития (АИРКО). Именно Фонд и организует участие калужских инноваторов в его программах.

Согласно данным АИРКО, например, в 2018 году девять победителей программы УМНИК получили на реализацию своих идей гранты в размере 500 тысяч рублей. Семь инновационных компаний в рамках конкурсов «СТАРТ» и «Коммерциализация» привлекли более 53 млн. рублей грантов. Предприятие ООО

«Обнинская термоэлектрическая компания» получило грант в размере 20 млн. рублей по программе «Развитие НТИ». Результатом проекта станет создание в Обнинске центра компетенций в области промышленной сенсорики для высокотемпературной контактной термометрии. Будущий центр объединит уникальные компетенции ведущих НИИ РФ в области метрологии, аэрокосмических технологий и ядерной безопасности, а также компаний — производителей высокотемпературных электроизоляционных материалов, оборудования и тугоплавких металлов [3].

Важно отметить, что в Калужской области различные государственные инициативы инвестиционной и инновационной политики в виде увеличения затрат на технологические инновации, предоставления гарантий компаниям, привлечения иностранных инвестиций способствовали развитию крупного частного бизнеса. Прирост основных показателей инвестиционной и инновационной активности коррелировал с действиями Правительства Калужской области до 2010 года [2], что, в свою очередь, говорит об эффективности выбранного курса развития региона. Однако дальнейшее развитие показателей имеет обратную тенденцию, а это свидетельствует о том, что результат мер поддержки все же носит краткосрочный характер.

В настоящее время в Калужской области сформированы и успешно функционируют структуры, которые составляют региональную инновационную систему. К таким структурам относятся инновационно-технологические центры и технопарки, бизнес-инкубаторы, центры коллективного пользования оборудованием и приборами; сеть трансфера технологий, различные фонды поддержки и содействия бизнесу в научно-технической сфере и другие.

Однако, следует отметить, что элементы региональной инновационной инфраструктуры, которые созданы при государственной поддержке работают разрозненно. Каждый из них работает по своему направлению деятельности, а ряд технологий и опытных образцов разрабатывались при госзаказе. При этом реализация на рынке требует преобразования их в рыночный продукт и предусматривает оценку рыночных рисков и рыночной ситуации, создание бренда и продвижение его на рынке, решение иных производственно-управленческих задач.

В таблице 1 представлен анализ слабых и сильных сторон инфраструктурного обеспечения инновационной деятельности Калужской области и реализации региональной инновационной политики.

Таблица 1

Анализ сильных и слабых сторон инфраструктурного обеспечения инновационной деятельности Калужской области и реализации региональной инновационной политики

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1	2
Приняты различные региональные нормативно-правовые акты и целевые программы, которые направлены на поддержку инновационного предпринимательства. Существует развитая технологическая составляющая инновационного развития, а именно, бизнес-инкубаторы, наукоград в г. Обнинске и центр коллективного пользования. Функционирует координатор инфраструктурных компонентов - АО «Агентство инновационного развития – центр кластерного развития Калужской области» (АИРКО) созданный Правительством Калужской области в 2010 году.	Недостаточно развивается региональное венчурное финансирование. Неэффективно функционирует сеть трансфера технологий. Практически отсутствует в достаточном объеме необходимая и достоверная статистическая информация, характеризующая инновационное развитие. Отсутствует развитая система мониторинга инноваций
Участие в различных программах Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно – технической сфере, например, «СТАРТ» и «Умник». Функционирование закрытого паевого инвестиционного фонда, управляющая компания «Сбережения и инвестиции».	Большая часть муниципальных образований региона не включена в инновационную деятельность. Отсутствие достаточного объема денежных средств для реализации региональных программ предоставления субсидий, которые компенсируют часть затрат. Отсутствуют конкретные направления субсидирования проектов НИОКР и коммерциализации инновационных разработок, субсидирования процентных ставок по привлеченным кредитам, субсидирования использования уникального и специализированного оборудования и т.д.
Создан венчурный фонд, управляемый органами государственной власти или государственной некоммерческой организацией. Реализация проекта технопарка в г. Обнинске. Открыт центр инновационного образования, ориентированный на подготовку авторов инновационных проектов к работе в рыночных условиях Рост числа мероприятий, которые обеспечивают создание инновационной экосистемы в регионе. Например, Обнинский инновационный форум.	Недостаток региональной законодательной базы, регламентирующей создание и функционирование элементов системы инфраструктурного обеспечения. Относительно низкий уровень оплаты труда в инновационной сфере

Кроме вышеизложенного следует подчеркнуть, что в Калужском регионе слабо развита сеть трансфера технологий, являющаяся поставщиком новых технологий для потенциальных пользователей и информации для научно-исследовательских институтов, передавая сведения о новых потребностях и запросах.

На наш взгляд ряд проблем, которые необходимо решать в первую очередь: недостаток собственных средств и недостаточный уровень налоговых льгот [8]. В Законе Калужской области установлено предоставление субсидий, налоговых льгот, бюджетных кредитов, займов фонда поддержки малого предпринимательства и гарантий Калужской области (ст. 5) [1]. При этом реально действует только льгота по налогу на имущество, а направления субсидирования не раскрыты.

В составе экономических факторов, препятствующих инновационной деятельности организаций, в качестве одного из основных, решающих и значительных факторов следует назвать высокую цену

нововведений, а также недостаточный уровень государственного финансирования и высокое значение экономического риска. При этом, как было нами отмечено, одной из слабых сторон реализации региональной инновационной политики является ее слабое нормативно-правовое обеспечение, особенно в части расширения направлений субсидирования.

Исходя из изложенного, отметим, что качество и эффективность управления заключается в инновационном развитии системы управления Калужской области, которое четко синхронизируется с социально-экономическими изменениями, происходящими на ее территории.

Одно из основных направлений заключается в осуществлении деятельности по повышению качества системы государственного управления, связанного с развитием в регионе стратегического планирования деятельности исполнительных органов государственной власти. Другое направление, ориентированное на повышение качества государственного управления, заключается в росте качества бюджетной политики. Это предусматривает переход к управлению по результатам и на основе программно-целевого метода, включая формирование системы индикаторов и целевых показателей.

Третье основное направление заключается в подготовке профессиональной и управленческой элиты, а именно, высококвалифицированных специалистов в области гражданской службы и управления, территориального развития и которые способны обеспечить устойчивое развитие области. В рамках этого направления необходимо активизировать участие Калужской области в плане подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации.

Одним из главных условий успешной реализации стратегических и инновационных приоритетов является эффективная оптимизация процесса управления областным и местными бюджетами. Данное направление позволит обеспечить уход от отраслевого принципа, который декларируется на всех уровнях государственного и муниципального управления.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, отметим, что эффективная региональная инновационная политика должна развиваться в комплексном взаимодействии трех основных составляющих: законодательной, финансовой и технологической поддержка инновационной деятельности.

Библиографический список

1. Закон Калужской области от 04.07.2002 № 134-ОЗ (ред. от 05.12.2014) «О государственной поддержке субъектов инновационной деятельности в Калужской области» // «Весть». - 09.07.2002. - № 162-163.
2. Постановление Правительства Калужской области от 29.06.2009 № 250 «О Стратегии социально-экономического развития Калужской области до 2030 года» (ред. 25.05.2017).
3. Агентство инновационного развития – центр кластерного развития Калужской области подвело итоги 2018 года [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://airko.org/itogi_2018_airko.

4. Анохина Л.В. Развитие регионального промышленного комплекса: автореферат на соискание уч. степени к.э.н. – М.: 2010. – 26 с.
5. Индикаторы: официальная статистика. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калужской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://kalugastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/kalugastat/ru/statistics/indicators/.
6. Инвестиционные проекты Калужской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://investkaluga.com/investproekty/>.
7. Куриленко А.А. Методы управления [Электронный ресурс] / А.А. Куриленко. – Режим доступа: <http://www.ibl.ru/konf/031209/24.html>.
8. Пресс-центр АИРКО [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.airko.org/pressroom>.

УДК 33

Кожин В.А., Шагалова Т.В. Эволюция бюджетирования на различных стадиях внедрения в организациях Нижегородской области

The evolution of budgeting at various stages of implementation in the organizations of the Nizhny Novgorod region

Кожин Владимир Александрович

засл. экономист РФ, д.э.н.,
профессор кафедры организации и экономики строительства
ФГБОУ ВО ННГАСУ

Шагалова Татьяна Владимировна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и государственного управления
ННГУ им. Н.И. Лобачевского
Kozhin Vladimir Alexandrovich
honored. economist of Russia, doctor of Economics,
Professor of the Department of organization
and Economics of construction IN FGBOU NNGASU
Shagalova Tatyana Vladimirovna
Ph.D., Associate Professor of Management and Public Administration
UNN them. N.I. Lobachevsky

Аннотация. В статье проанализировано состояние внедрения бюджетирования в Нижегородской области, рассмотрены особенности и этапы его реализации в различных хозяйственных организациях, научно доказано, что бюджетирование как метод хозяйствования, постоянно эволюционируется и превращается в коммерческий расчёт.

Abstract. The article analyzes the state of implementation of budgeting in the Below-urban area, the features and stages of its implementation in various economic organizations, scientifically proven that budgeting as a method of management, is constantly evolving and becoming a commercial calculation.

Ключевые слова: Малые, средние и крупные предприятия, эволюция, бюджетирование как метод хозяйствования, коммерческий расчёт, рентабельность, ценообразование.

Keywords: Small, medium and large enterprises, evolution, budgeting as a method of managing, commercial calculation, profitability, pricing.

Рецензент: Мазин Александр Леонидович, д.э.н., профессор, Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС

Актуальность проблемы

Современная наука и практика рассматривает бюджетирование как составную часть управленческого учета или бюджетного (финансового) планирования предприятия, что существенно упрощает его назначение и понимание [1, С. 276]. И это понятно, потому что в рыночных условиях, если собственникам любого предприятия установить реальный контроль за движением денежных потоков, ограждая этот факт регламентами о неразглашении служебных тайн, то ничего не боясь, можно сколько угодно использовать

денежные потоки не по назначению, а для своего обогащения, забывая об интересах наёмного персонала. Бюджетирование не для этого внедряется на предприятии, оно должно стать реальным инструментом рыночного хозяйствования для повышения экономической эффективности предпринимательской деятельности и исключительно в интересах всего персонала предприятия и государства. Поэтому бюджетирование следует рассматривать в широком смысле как метод хозяйствования и, прежде всего, с позиции эволюции экономических методов управления и его основных функций, раскрываемых в таких дисциплинах как: философия и социология, языкознание и история, экономика и финансы, менеджмент и маркетинг, бухгалтерский учёт и гражданское право. Только на стыке этих дисциплин можно наиболее полно осознать теорию и практику бюджетирования, понять его сущность и роль в системе управления предприятием [3, С. 45].

Исходя из актуальности проблемы поставлена *цель*: доказать, что бюджетирование не только составная часть функции планирования, а динамично эволюционирующая категория, в конечном счёте принимая форму коммерческого расчёта.

Исходя из поставленной цели определены следующие *задачи*:

1. Проанализировать практику внедрения бюджетирования в Нижегородской области.
2. Выявить недостатки и преимущества внедрения бюджетирования с точки повышения рентабельности организаций, применения эффективных форм мотивации и ценообразования.
3. Проследить эволюцию стадий внедрения и превращений бюджетирования в коммерческий хозрасчёт.

Для оценки эволюционного развития бюджетирования проведён анализ состояния его на предприятиях Нижегородской области. Сведения с базовых предприятий были собраны методом случайной выборки. В программу входило получение следующих сведений от предприятий: отнесение их по масштабу производства, по стадиям внедрения бюджетирования, показатели рентабельности, информации о недостатках и о финансовом состоянии. Анализ проводился в течении 2016-18 гг. путём опроса и изучения отчётных данных с выездом на предприятия. Результаты анализа отражены ниже.

А. Малые и средние предприятия

1. АО «Семеновский арматурный завод». На предприятии бюджетирование отсутствует, слабо поставлена экономическая работа, и как следствие рентабельность производства в пределах 6,5%. Показатели платёжеспособности, ликвидности и обеспеченности собственными оборотными средствами ниже норматива. Персонал недостаточно мотивирован. Есть проблемы с рыночным ценообразованием.

2. ООО «Кристалл». Рентабельность находится на уровне 18%, бюджетирование отсутствует. Низкий уровень заработной платы, проблемы с рыночным ценообразованием.

3. ЗАО «Нижегороднечерноземстрой». Рентабельность продаж на уровне 14,2%, бюджетирование отсутствует. Заработная плата низкая. Отсутствует рыночное ценообразование.

4. ООО ПКФ «Гармония» Заволжский филиал. Рентабельность продаж на уровне 15%, бюджетирование отсутствует. Нет заинтересованности персонала.

5. ООО ТД «Дарина». Рентабельность продаж на уровне 7,9%, бюджетирование отсутствует. Мало внимания уделяется рыночному ценообразованию.

6. ООО «ТОРГСИН». Рентабельность продаж на уровне 10,1%, бюджетирование отсутствует. Рост себестоимости продукции из-за высоких тарифов. Низкая заинтересованность персонала в конечных результатах деятельности предприятия.

7. ООО «Аврора». Рентабельность продаж на уровне 5,5%, бюджетирование отсутствует. Слабая заинтересованность персонала в результатах труда.

8. ООО «Сигма» Рентабельность продаж на уровне 1,9%, бюджетирование отсутствует. Слабая заинтересованность персонала в результатах труда.

9. ООО «Сергачский мясокомбинат». Предприятие убыточное, бюджетирование отсутствует. Большая текучесть кадров из-за низкой зарплаты. Большая задолженность по зарплате. Проблемы с менеджментом и ценообразованием.

10. ООО «Мебель – Сервис». Рентабельность продаж на уровне 3,8%, бюджетирование отсутствует. Рост остатков готовой продукции на складе. Слабая заинтересованность персонала в результатах труда. Проблемы с ценообразованием.

11. ООО «Мебель-комплекс». Рентабельность продаж на уровне 3,8%, бюджетирование отсутствует. Низкая заработная плата, низкое качество продукции.

12. ООО «Техноград-НН». Рентабельность продаж на уровне 0,12%, бюджетирование отсутствует. Проблемы с рыночным ценообразованием. Низкая заработная плата.

13. ЗАО «Национальные мультисервисные сети». Рентабельность продаж на уровне 7%, бюджетирование отсутствует. Из-за плохого финансового состояния предложено осуществлять внутренний финансовый контроль на основе системы мониторинга текущей финансовой деятельности. Низкая заинтересованность персонала.

14. ООО Группа Компаний «Арма-Центр». Рентабельность продаж на уровне 0,06%, бюджетирование отсутствует. Слабая заинтересованность персонала.

15. ООО «Альтр». Рентабельность продаж на уровне 1,5%. Бюджетирование на предприятии находится на начальном уровне, используется всего один год. Для этого созданы четыре группы центров финансовой ответственности: центры инвестиций, центры прибыли, центры доходов, центры затрат. Однако составление планов бюджетов происходит с большими трудностями из-за того, что появилось много рутинной работы. Пока внедрение бюджетирования ощутимых результатов не дало.

16. ОАО «Парфинский фанерный комбинат». Бюджетирование отсутствует. Комбинат является убыточным предприятием из-за высокой изношенности оборудования, источники финансирования из-за тяжёлого финансового положения отсутствуют, на рынке высокая конкуренция. Заинтересованность персонала низкая, так как средняя заработная плата ниже прожиточного минимума. Хотя цель предприятия по управлению эффективностью состоит в: обеспечении максимальной прибыли; обеспечении достаточного объема инвестиций; обеспечении выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал; обеспечении роста рыночной стоимости организации; обеспечении высокого качества формируемой прибыли.

17. ООО «Стройальянс». Рентабельность продаж на уровне 1,87%. Бюджетирование отсутствует. Главная причина низкой рентабельности: снижение объёмов работ, низкая заработная плата, отсутствие рыночного ценообразования.

18. ООО «Группа компаний инжстройсервис». Бюджетирование отсутствует. Рентабельность продаж на уровне 0,02 %, что связано: со сбоями в снабжении, недостатками в рекламной компании и ценообразовании, с отсутствием мотивации персонала.

На предприятии намечены мероприятия по снижению себестоимости за счёт: бюджетирования; увеличения заинтересованности персонала в результатах труда; внедрения новых методов ценообразования; ужесточения нормативов по материалам, сокращения транспортных затрат; снижения расходов на амортизацию за счёт списания или продажи ненужного оборудования; снижения потерь от брака; внедрения новой техники: комплексной механизации и автоматизации производственных процессов, совершенствования технологии, внедрения прогрессивных видов материалов; оптимизации налогов; снижения накладных расходов путём оптимизации организационной структуры управления.

19. ООО Фирма «Ринга». Рентабельность продаж на уровне 6,7%. К основным причинам низкой рентабельности следует отнести: отсутствие бюджетирования; слабая заинтересованность персонала; сбой в снабжении; отсутствие новой техники; применение старой технологии; недостатки в рекламной политике; рост коммерческих и управленческих расходов; отсутствие ценовой политики.

20. АО «Нижегородская ярмарка». Рентабельность продаж услуг 16,8%. Внедрение бюджетирования находится на начальном этапе: организованы центры финансовой ответственности; закуплено оборудование для установки специализированных систем; в случае удовлетворительного результата при расчете рентабельности, планируется составление бюджетов в разрезе ЦФО в электронной таблице Excel; организовано обучение персонала для работы со специализированными системами для расчета рентабельности на предприятии; постепенный переход составления системы бюджетов с электронных таблиц на специализированные системы бюджетирования.

21. АО «Сосновский лес». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 10%.

Проблемы производства на предприятии руководство видит: в слабой материальной заинтересованности персонала; в высоких темпах роста кредиторской и дебиторской задолженности из-за

задержки заработной платы и несовершенства системы взаиморасчётов; в неотработанной среднесрочной политики ценообразования; в нерациональной структуре бухгалтерской службы; в отсутствии современного экономического подхода к управлению финансами на основе бюджетирования; в отсутствии переработки отходов лесопереработки; в высоком уровне производственного брака.

22. ООО «Агрофирма «Металлург». Рентабельность продаж на уровне 10%. Бюджетирование находится в стадии внедрения и рассматривается как текущий финансовый план, скоординированный по всем функциям (продажа, производство, финансовые результаты и финансирование) и по подразделениям (отделам), балансирующий доходы и расходы, поступления и выплаты денежных средств, прирост активов и капитала, официально вменяется в обязанности менеджеров всех уровней управления. Бюджетирование понимается как: финансовый план по выбранным позициям; финансовая и управленческая отчетность, отражающая результат выполнения бюджета; последовательная цепочка управленческих действий, направленных на интеграцию различных управленческих подсистем в единый контур бюджетного управления.

Как отмечают эксперты по проверке внедрения бюджетирования в ООО «Агрофирма «Металлург», основными недостатками бюджетирования являются: фрагментарность управленческого учета и бюджетирования на предприятии, отсутствие преемственности в формате представления данных за различные периоды и системного управленческого учета, не определена четкая политика по дебиторской задолженности, смешение и параллельное использование экономических и финансовых показателей. Резервы производства специалисты фирмы связывают с: недостатком квалифицированных кадров; слабой заинтересованностью в результатах труда из-за низкого уровня заработной платы; нехваткой технологического оборудования для выпуска мясной продукции в разнообразной упаковке, которая все больше привлекала бы потребителей; большой дебиторской задолженности; слабой рекламной политикой; отсутствием гибкой системы ценообразования.

23. ООО «Интерсвет». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж 8,5%. Слабо поставлена маркетинговая работа при большой конкуренции на рынке товаров. Из-за низкой заработной платы большая текучесть кадров. Из-за неправильной ценовой политики выросли затраты на транспортировку продукцию. Большие выплаты долга кредиторам, что способствует увеличению кредиторской задолженности. Низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия.

24. ООО «СТАЙЛ» Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 0,15%. Основные резервы повышения рентабельности продаж специалисты видят: в расчете обоснованных цен на продукцию предприятия с учётом цен конкурентов; отсутствует отдела маркетинга; отсутствует покупка и продажа ценных бумаг на рынке; инвестиционная деятельность на предприятии поставлена, не используются финансовые инвестиции; финансовое планирование не отвечает требованию времени; персонал слабо заинтересован в результатах своего труда из-за низкой зарплаты.

25. ООО «Ирида». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 28,8%. Кроме того, показатели эффективности организации можно улучшить за счёт: более эффективного исследования цен на

рынке, хорошей базы данных по партнерам и клиентам; достаточного опыта рекламной деятельности и финансирование маркетинга; достаточности оборотного капитала, особенно денежных средств для оперативного реагирования на повышение спроса; отсутствием больших сверхнормативных материальных запасов.

26. ООО «Микро Лайн». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 8,8%. Резервы повышения рентабельности не используются из-за: слабой заинтересованности наёмного персонала в результатах труда; слишком узкого ассортимента продукции; постоянного дефицита оборотных средств; большой текучести кадров; отсутствия рекламной политики и маркетинговой стратегии.

27. ЗАО «Хохломская роспись». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 7%. Основные причины низкой рентабельности связаны с: сверхнормативными запасами, затариванием складов продукцией, товаром особого спроса, имеющим уникальные характеристики и достаточно высокую стоимость с большим периодом оборота запасов; трудностью продвижения товара, требующего специфического рынка сувенирной продукции; большой дебиторской задолженностью; низкой выработкой, которая сдерживается рынком продаж, требующей особой маркетинговой политики; с низкой заработной платой.

28. ООО «Империял». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 1,3%. Основные причины низкой рентабельности: недостаточно эффективная организация рыночных исследований в области рыночного ценообразования; отсутствие опыта рекламы; отсутствие финансирования маркетинга; недостаточность оборотного капитала для оперативного реагирования на повышение спроса; отсутствием опыта проведения тендерных операций и базы данных по партнерам и клиентам; большие материальные запасы; высокая себестоимость продукции из-за накладных расходов; слабая заинтересованность наёмного персонала.

29. ООО «Оникс». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 17%. Резервы производства связаны с: высоким уровнем текучести кадров, вызванным тяжёлыми условиями труда и низкой заработной платой; неудобное территориальное расположение: удаленность от транспортной развязки; отсутствие автостоянки; ограниченное количество поставщиков материалов.

30. ЗАО НПП «Семар». Рентабельность продаж на уровне 3,9%, бюджетирование не внедрено. Основные причины низкой рентабельности связаны: с большой текучестью персонала; со слабой заинтересованностью персонала; с ошибками менеджмента.

31. АО «ГИПРОНИИГАЗ». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 6%. Причины низкой рентабельности: высокие складские запасы продукции, достаточно длительная оборачиваемость оборотных средств; наличие высокой дебиторской задолженности; предприятие не конкурентно в торговых сетях сбыта продукции; преобладает тяжёлый ручной труд, низкая выработка; слабая заинтересованность персонала, низкий уровень заработной платы.

32. ООО «ТД Магнат-НН». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 2,2%. Причинами низкой рентабельности являются: небольшой масштаб деятельности компании при значительных постоянных затратах; значительная централизация управления, не позволяющая проявлять нижестоящим подразделениям инициативу; высокая текучесть кадров из-за слабой механизации труда; трудоемкость ведения бухгалтерского учета; высокий уровень налоговой нагрузки; ошибки в прогнозировании продаж из-за сезонных изменений спроса; высокая доля заёмного капитала, отсутствие собственных оборотных средств; проблемы с рыночным ценообразованием при изменениях спроса; слабая материальная заинтересованность персонала; недостаточный объем финансирования рекламы.

33. ООО "Витязь". Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 20,3%. Имеются следующие недостатки в работе предприятия: недостаточно эффективная организация рыночных исследований в области ценообразования; отсутствие финансирования маркетинга, опыта рекламной деятельности; слабая база данных по партнерам и клиентам; недостаточность оборотного капитала для оперативного реагирования на повышение спроса; большие материальные запасы; удорожание себестоимости продукции из-за дополнительных транспортных затрат.

34. ООО «Зеленый коридор». Бюджетирование не внедрено. Рентабельность продаж на уровне 25,4%. Имеются резервы производства, если устранить следующие недостатки: отсутствие собственных средств на дальнейшее развитие своей инфраструктуры; увеличение оборотных средств; отсутствие системной рекламы и размещение информации в сетевых источниках.

35. ООО «Диваны Магнолия НН». Рентабельность продаж 11,4%. Бюджетирование не внедрено. Меры по устранению недостатков использования резервов: продать неиспользуемые основные средства; привлечь долгосрочные источники финансирования для обновления основных фондов; увеличить прибыльность продаж за счет улучшения ценообразования и снижения затрат на реализацию; повысить заинтересованность персонала за счёт введения новой системы мотивации; значительный резерв в восстановлении финансовой стабильности в длительном периоде возможен за счёт снижения запасов и большей их оборачиваемости.

36. ООО «Заволжксантехмонтаж». Бюджетирование внедрено. Рентабельность продаж 8,5%. Снижение рентабельности произошло за счёт: увеличения текучести кадров; снижения конкурентоспособности; рассогласования интересов между подразделениями; отсутствием чёткой системы налогового планирования; слабой материальной заинтересованности персонала.

37. ООО «Дайдо Метал Русь». Бюджетирование внедрено. Предприятие имеет рентабельность 25,7%.

Идёт координация процесса бюджетирования. Постоянно действующим органом, который занимается тщательной проверкой стратегических и финансовых планов, даёт рекомендации, разрешает разногласия и оперативно вносит коррективы в деятельность компании, выступает Совет директоров ООО "Дайдо Метал Русь". Он принимает годовой бюджет и согласовывает ежемесячные корректировки бюджета, а также анализирует исполнение бюджета и принимает управленческие решения при возникновении отклонений. Его решения утверждаются Генеральным директором.

Порядок формирования годового бюджета. Совет директоров определяет срок рассмотрения бюджета предприятия на плановый период. На основании указанной даты, планово-экономический отдел формирует и рассылает по центрам планирования сроки составления бизнес-прогнозов. Центры планирования формируют бизнес-прогнозы и передают их в планово-экономический отдел для рассмотрения и согласования. После согласования производится предварительный расчет бюджета. После осуществления необходимых поправок бюджет выносится на рассмотрение Генеральному директору. Он или по представлению членов Совета директоров инициирует внесение требуемых корректировок и выносит бюджет на рассмотрение и утверждение Совету директоров предприятия.

Порядок корректировки бюджета. Корректировка бюджета производится в случаях: изменения стратегии предприятия; невозможности выполнения запланированных годовых целевых показателей по объективным причинам; существенных отклонений фактических показателей от целевых. Для организации корректировки бюджета планово-экономический отдел формирует и рассылает по центрам планирования сроки изменения бизнес-прогнозов. После утверждения бюджетные показатели доводятся до центров финансовой ответственности и центров затрат предприятия.

Основными бюджетами, составление которых обязательно для каждой организации, являются: прогноз баланса; бюджет доходов и расходов (или прогноз отчета о финансовых результатах); бюджет движения денежных средств. Бюджет предприятия всегда разрабатывается на определенный временной интервал, который называется бюджетным периодом. Как правило, сводный бюджет организации составляется и утверждается на весь бюджетный период (обычно это один календарный год). Это объясняется тем, что за такой промежуток времени выравниваются сезонные колебания конъюнктуры.

Несмотря на немаловажную работу уже проделанную в этой области бюджетирования существует ряд еще недостаточно разработанных вопросов. Они касаются, в частности следующих проблем: систематизации теоретических подходов к сущности бюджетов и бюджетирования; специфических принципов бюджетирования; применения сценарного подхода; разработки системы информации для бюджетирования, организационной процедуры внедрения бюджетирования, применения рыночного механизма ценообразования.

Кроме того, ещё есть проблемы, не позволяющие дальше повышать эффективность производства: мало инвестиций, чтобы создать дополнительные мощности под изменяющиеся потребности рынка; нет новых предложений применения гибких цен; недостаточная социальная защищённость персонала из-за отсутствия корпоративного страхования; не принимаются меры по защите имиджа предприятия.

Б. Крупные предприятия

1. ООО «Капема».

Рентабельность продаж составляет 49,9%. На предприятии внедрена система бюджетирования.

Бюджетирование на предприятии используется в качестве основного инструмента внутрифирменного планирования по центрам финансовой ответственности для рационального распределения ограниченных ресурсов, учета затрат и осуществления контроля за выполнением плана. На предприятии созданы центры финансовой ответственности: центры затрат и центры прибыли, определены показатели. Однако отсутствие в системе бюджетирования показателей, характеризующих степень реализации стратегии, ориентация на решение преимущественно краткосрочных задач, распределение ресурсов в бюджетах без учета перспективных целей и стратегических инициатив персонала предприятия не позволяют полностью использовать потенциал бюджетирования. Главный смысл бюджетирования сводится к получению максимальной прибыли предприятия путём координации усилий всех подразделений на достижение конечного, количественно определенного результата. В связи с этим в последнее время значительно вырос интерес к автоматизированным системам, представляющим достаточно большие возможности в достижении такого результата. Однако реальные системы управления финансами на базе электронных таблиц часто представляют собой сложный, плохо структурированный конгломерат форм, требующий постоянного сопровождения автором, что затрудняет этот процесс.

Ценовая политика ООО «Капема» имеет ярко выраженный традиционный характер, применяя в ценообразовании затратный метод полных издержек с ориентацией на средние рыночные цены. Это связано с нейтральной стратегией фирмы удержания своей доли на рынке.

С этой целью в ООО «Капема» используются одновременно 2 метода ценообразования: метод полных издержек (затратный метод) и метод следования за рыночными ценами (рыночный метод). Цены устанавливаются примерно на таком же уровне, как у конкурентов. Из-за существования зоны ценовой нечувствительности цены всё же могут отличаться на несколько процентов (1-5%) без видимого влияния на величину спроса.

В общем виде затратную методику ценообразования на ООО «Капема» можно представить так:

$$Ц = С + П + Н \pm \Delta, \quad (1)$$

где, С - себестоимость, руб.

П - норматив прибыли (ожидаемая прибыль), руб.;

Н – налоги, руб.;

$\pm \Delta$ - изменение цены (1-5%), руб.

2. ООО «Газпром Трансгаз Нижний Новгород».

Рентабельность продаж 39,7%. На этом предприятии внедрено бюджетирование.

Таких результатов предприятию удалось добиться на основе ситуационного бюджетирования, а также путём создания центров ответственности в разрезе ПАО «ГАЗПРОМ».

Решение поставленных задач при формировании плана социально - экономического развития ООО «Газпром Трансгаз Нижний Новгород» на 2017 г. привело к необходимости автоматизировать этот процесс для существенной экономии времени. В результате улучшилось качество плановой работы и позволило руководству своевременно выявлять неблагоприятные изменения фактических результатов от прогнозных. Устранение этой проблемы подразумевает использование программных комплексов при организации бюджетирования. Используя возможности программного комплекса ООО «Газпром Трансгаз Нижний Новгород», проигрываются варианты сценарных условий для обоснования единых для всех дочерних организаций (ЦФО) индексов- дефляторов.

Для этого на первом этап все затраты были разделены на 4 группы: первая группа - управляемые затраты; вторая группа –материальные затраты, производные от объёмов работ; третья группа - неуправляемые затраты; четвёртая группа – прочие затраты.

На следующем этапе, после формирования проекта плана департамент по управлению корпоративными затратами проводит процедуру защиты центрами финансовой ответственности проекта плана на год, которая проводится в два: этапа предварительная и окончательная на основании графика, утвержденного генеральным директором. На защиту будут вынесены показатели каждой группы. Для этого соответствующий отдел должен представить обоснования по делегированным показателям с предложением мероприятий по их сокращению и оценкой рисков. Защита строится на принципах: безусловного выполнения задания по сокращению затрат; предоставления дочерним обществам мероприятий по сокращению затрат.

3. ПАО «ФНПЦ «ННИИРТ».

Рентабельность продаж 12,4%. На предприятии внедрено бюджетирование на уровне автоматизированных систем бюджетирования. В настоящее время они рассматриваются как отдельный класс автоматизированных информационных систем

Существующая ранее на предприятии система бюджетирования не удовлетворяла всех потребностей предприятия и была ориентирована в основном на хранение и обработку бюджетных данных и, в меньшей степени, на оптимальное управление этими данными. Для разработки системы бюджетирования в ПАО «ФНПЦ «ННИИРТ» были проведены следующие мероприятия:

1. Была реорганизована структура управления с целью выделения центров финансовой ответственности; определены центры: доходов, затрат и инвестиций; определены связи системы бюджетирования с другими опорными системами хозяйственной деятельности.

2. Разработаны формы документов: локальные, операционные и финансовые бюджеты для каждого ЦФО; порядок формирования и предоставления локальных бюджетов в центральный бюджетный отдел и сектор бюджетирования и финансового анализа экономического отдела; формы сводных бюджетов, при этом формы локальных бюджетов должны быть разработаны таким образом, чтобы обеспечивать формирование

сводных форм бюджетов; процедуры отражения фактических данных исполнения бюджетов; учета отклонений при выполнении бюджетов.

3. Разработаны и внедрены необходимые справочники.

На основе изучения систем бюджетирования была смоделирована система бюджетного управления, позволяющая на основании первичной плановой и фактической финансовой информации выполнять следующие функции бюджетного управления: формировать бюджет предприятия; собирать информацию по исполнению бюджета; собирать информацию по процессу бюджетного управления; осуществлять контроль бюджетов подразделений предприятия и оперативно управлять ими; анализировать и корректировать процесс бюджетного управления.

4. ФГУП «ФНПЦ Научно-исследовательский институт измерительных систем им. Ю. Е. Седакова».

Рентабельность продаж 19,4%. На предприятии внедрено бюджетирование.

На предприятии бюджетирование сводится к процессу планирования его будущей деятельности, результаты которого оформляются системой бюджетов. Где бюджет - это план деятельности компании за определенный период, выраженный в денежной форме. Обычно создание бюджетов осуществляется в рамках оперативного планирования. Исходя из стратегических целей предприятия, бюджеты решают задачи распределения экономических ресурсов, находящихся в распоряжении организации. Разработка бюджетов придает количественную определенность выбранным перспективам существования организации.

Составление бюджетов преследует следующие цели: разработка концепции ведения бизнеса: планирование финансово-хозяйственной деятельности предприятия на определенный период; оптимизация затрат и прибыли предприятия; координация - согласование деятельности различных подразделений предприятия; коммуникация - доведение планов до сведения руководителей разных уровней; мотивация руководителей на местах на достижение целей организации; контроль и оценка эффективности работы руководителей на местах путем сравнения фактических затрат с нормативом; выявление потребностей в денежных ресурсах и оптимизация финансовых потоков.

В рамках системы бюджетирования информация аккумулируется и анализируется не по предприятию в целом, а по центрам ответственности (центр затрат, центр прибыли, центр полной финансовой ответственности).

5. ПАО «Дзержинское Оргстекло».

Рентабельность продаж 6,7%. Бюджетирование внедрено.

На протяжении последних лет структура финансового управления на предприятии несколько раз претерпевала изменения, главной задачей которых являлось совершенствование системы финансового планирования на предприятии. В результате преобразований на предприятии была создана структура финансового управления. Перед финансовым управлением предприятия были поставлены задачи: более объективно проводить оценку финансового состояния предприятия, в том числе по отдельным видам бизнеса или отдельным направлениям хозяйственной деятельности; следить за правильным распределением доходов,

расходов и затрат как по отдельным видам бизнеса, так и структурным подразделениям предприятия. Для этого на предприятии создана финансовая служба.

С организационной точки зрения процесс бюджетирования предприятия представляет собой систему организационного взаимодействия центров финансовой ответственности (ЦФО), центров финансового учета (ЦФУ) и мест возникновения затрат (МВЗ), направленную на составление обоснованных бизнес-прогнозов по функциональным областям деятельности предприятия и дальнейшее получение на их основе бизнес-заданий посредством финансово-хозяйственного моделирования.

Несмотря на проделанную работу в деятельности ПАО «Дзержинское Оргстекло» имеются ряд недостатков, на основе которых можно судить, что бюджетирование коснулось только сферы финансовой деятельности. Среди важнейших недостатков следует отметить: предприятие зависит от внешних источников финансирования, что не позволяет обновлять основные фонды и внедрять новую технологию; низкие показатели финансовой устойчивости; высокий уровень износа основных средств; система бюджетирования требует совершенствования с учетом организационных изменений и более глобальных целей; на предприятии ослаблена работа по изучению рыночных цен; уровень заработной платы низкий, что способствует повышению текучести кадров и низкой мотивации к труду молодых сотрудников.

6. Горьковская железная дорога - Филиал ПАО «РЖД».

Рентабельность продаж на уровне 20,3%. Бюджетирование внедрено, но имеет ряд недостатков, а, именно: сильная зависимость от внешних факторов, громоздкость системы управления, низкое информационное обеспечение, трудности практической реализуемости бюджетов, отсутствие оперативности в составлении планов, слабая взаимосвязь планов, нечёткость поставленных целей, слабый уровень квалификации специалистов в области бюджетирования, отсутствие оперативного контроля затрат; отсутствие нормативных, установленных законодательно, документов на подобии бухгалтерскому и налоговому законодательству; процесс бюджетирования ограничен планированием затрат и финансовых результатов, одновременно отсутствует контроль прогнозируемых показателей финансовой устойчивости и ликвидности предприятия; отсутствие мотивационной заинтересованности в выполнении бюджетных показателей.

7. НОАО «Гидромаш».

Рентабельность продаж на уровне 29,1%. На предприятии внедрено бюджетирование, разработаны необходимые регламенты. Органы управления бюджетированием: бюджетный комитет, центры финансовой ответственности, составление бюджетов: операционного, инвестиционного, финансового. Завершается процесс составлением сводного бюджета, бюджета доходов и расходов и прогнозного баланса. Однако имеются недостатки в работе: недостаточная заинтересованность в результатах своего труда и использовании потенциала предприятия.

В результате анализа работы 44 предприятий, в том числе 7 крупных, было установлено (Таблица 1), что состояние внедрения бюджетирования в Нижегородской области находится на недостаточном уровне.

Таблица 1

Основные недостатки, выявленные по 44 малым, средним и крупным предприятиям Нижегородской области

Число крупных предприятий, где внедрено бюджетирование / в том числе не внедрено	Число малых и средних предприятий где внедрено бюджетирование/ в том числе в не внедрено	Рентабельность продаж			Показатели ликвидности, платёжеспособности ниже нормативных значений	Недостаточная мотивация наёмного персонала в связи с низкой заработной платой	Проблемы с рыночным ценообразованием/ в том числе в крупных
		До 5%/ в том числе в крупных	До 10% /в том числе в крупных	Выше 10%/ в том числе в крупных			
Количество малых и средних предприятий. / Крупных предприятий							
7/7	23/19	20/0	12/1	12/6	14/0	30/2	24/3

Из 44 предприятий, взятых для выборочного обследования, только в 11 (5,0%) выявлено внедрение бюджетирования в разной стадии эволюционного развития. 45,4% предприятий имеют низкую рентабельностью до 5% -это малые и средние предприятия, в которых не внедрено бюджетирование. Эти же предприятия имеют показатели ликвидности, платёжеспособности ниже нормативных значений. У 30 предприятий, что составляет 68,2%, недостаточная мотивация персонала в связи с низкой заработной платой, а 24 предприятия или 54,5% имеют проблемы с рыночным ценообразованием. Без решения этих вопросов внедрение бюджетирования будет малоэффективным.

Кроме того, наблюдается большой разброс в показателях рентабельности производства, что можно проследить по данным таблицы 2.

Таблица 2

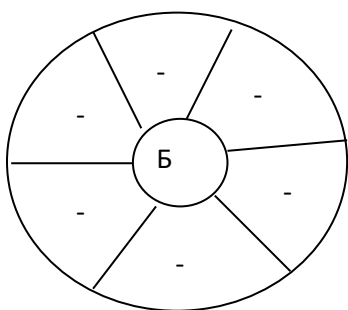
Сводные данные по рентабельности продаж по анализируемым предприятиям, в %

Средняя рентабельность продаж по всем предприятиям	Средняя рентабельность продаж по предприятиям, внедряющим бюджетирование	Средняя рентабельность продаж по предприятиям, внедряющим бюджетирование		Средняя рентабельность продаж по малым и средним предприятиям, не внедряющим бюджетирование
		крупные предприятия	малые и средние предприятия	
11,43	20,0	25,39	12,5	8,31

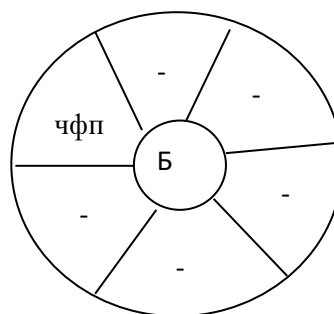
Так, если по всем предприятиям показатель рентабельности продаж составлял 11,43%, то по предприятиям, внедряющим бюджетирование, рентабельность продаж составила 20,0%, в том числе: по крупным предприятиям 25,39%, по малым и средним 12,5%. По малыми средним предприятиям, на которых не внедряется бюджетирование 8,31%. Приведённые данные в таблице 2 свидетельствуют о больших неиспользуемых резервах. Так эффективность производства, используя даже современный опыт бюджетирования, можно повысить в 1,75 раза.

Анализ 44 организаций позволил также установить картину эволюционного развития бюджетирования от полного игнорирования, до охватывающего все сферы деятельности предприятия: организационную, инновационную, операционную, инвестиционную, социальную, финансовую постепенно, превращаясь в коммерческий расчёт.

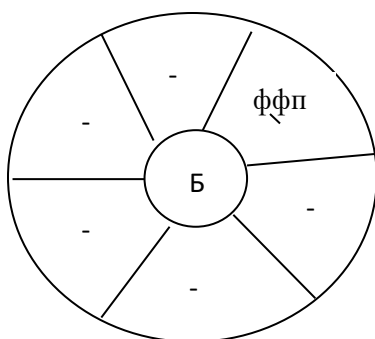
Эволюционное развитие бюджетирования можно проследить на рисунке 1.



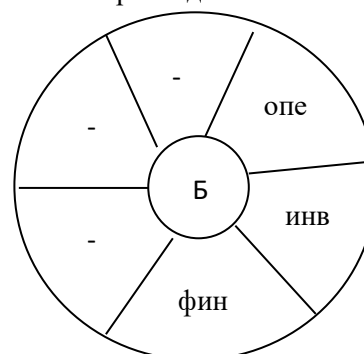
а. Бюджетирование не внедрено



б. Бюджетирование как часть функция финансового планирования: 1.Составляется баланс доходов и расходов



в. Бюджетирование как часть функции финансового планирования, предполагая составление основных бюджетов: 1.прогноза баланса; 2. бюджета доходов и расходов; 3.прогноза отчета о финансовых результатах); 4 бюджета движения денежных средств.



г. Бюджетирование как часть функции планирования, охватывающее основные сферы деятельности: 1.операционную, 2. инвестиционную, 3.финансовую.

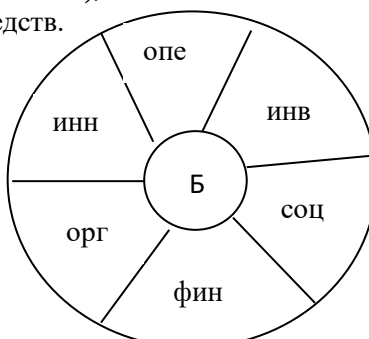


Рисунок 1. Эволюция бюджетирования как метода рыночного хозяйствования

Но, чтобы окончательно произошло это превращение, необходимо пройти ещё самый трудный путь: в корне изменить цель бюджетирования, решить вопросы мотивации на основе баланса интересов государства, собственников и наёмного персонала по критерию качества жизни и изменить политику ценообразования с учётом инновационных обоснованных рыночных цен.

Нельзя бюджетирование ограничивать планом доходов и расходов, а бюджетирование только планированием. Это часть общей системы экономической работы на предприятии. Планирование без мотивации и стимулирования персонала на основе баланса интересов государства, собственников и наёмного персонала предприятия; учёта, контроля и регулирования теряет свой смысл [2, С. 17]. Именно поэтому бюджетирование объединяет все общие функции управления: целеполагание, организацию, координацию, ценообразование, планирования, учет, контроль, мотивацию и регулирование, не только доходов и расходов, но и формирующих их процессов, является инновационным методом хозяйствования, эволюционно трансформируется в понятие «коммерческий расчёт», представленный рисунком 2.



Рисунок 2. Бюджетирование как метод хозяйствования эволюционируется в коммерческий расчёт

Краткие выводы

На основе проведённых исследований можно сделать следующие выводы:

1. Проведённые исследования состояния внедрения бюджетирования в организациях Нижегородской области из 44 предприятий, взятых для выборочного обследования, только в 11 (5,0%) выявлено внедрение бюджетирования на разной стадии эволюционного развития.

2. Из общего числа предприятий, взятых для выборочного обследования, 45,4% предприятий имеют низкую рентабельностью до 5% -это малые и средние предприятия, в которых не внедрено бюджетирование. Эти же предприятия имеют показатели ликвидности, платёжеспособности ниже нормативных значений. У 30 предприятий, что составляет 68,2%, недостаточная мотивация в связи с низкой заработной платой, а 24 предприятия или 54,5% имеют проблемы с рыночным ценообразованием. Без решения этих вопросов внедрение бюджетирования будет малоэффективным. Так рентабельность производства, используя даже современный опыт бюджетирования, можно повысить в 1,75 раза.

3. Анализ состояния внедрения бюджетирования позволил также установить картину эволюционного развития бюджетирования от полного игнорирования, до охватывающего все сферы деятельности предприятия: организационную, инновационную, операционную, инвестиционную, социальную, финансовую постепенно, превращаясь в коммерческий расчёт. Именно поэтому бюджетирование должно объединять все общие функции управления: целеполагание, организацию, координацию, ценообразование, планирования, учет, контроль.

Но, чтобы окончательно произошло это превращение, необходимо пройти ещё самый трудный путь: в корне изменить цель бюджетирования, решить вопросы мотивации на основе баланса интересов государства, собственников и наёмного персонала по критерию качества жизни и изменить политику ценообразования с учётом инновационных обоснованных рыночных цен.

Библиографический список

1. Кожин В.А., Иванова О.С., Шагалова Т.В., Кабанов В.Н. Совершенствование современных методов экспресс-диагностики и аналитических возможностей бюджетирования для предприятий в условиях финансово-экономического кризиса // Аудит и финансовый анализ. 2010. № 1. С. 275-285.
2. Шагалова Т.В. Развитие форм и методов стимулирования персонала к инновационной деятельности на предприятиях Нижегородской области автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет. Нижний Новгород, 2011
3. Кожин В.А., Шагалова Т.В., Иванов С.А., Жесткова И.С. Бюджетирование. Под общей редакцией В.А. Кожина. Нижний Новгород, 2016. Сер. Высшее образование
4. Кожин В.А., Шагалова Т.В. Моделирование ценообразования для различных видов товаров и услуг в рыночных условиях с учётом ценностного подхода // Экономика и предпринимательство. 2013. № 12-4 (41). С. 539-543.

Финансы, денежное обращение и кредит

УДК 336.71

Зернова Л.Е. Оценка репутационного риска коммерческого банка Assessment of reputational risk of a commercial bank

Зернова Л.Е.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
доцент кафедры Коммерции и сервиса
Zernova L.E.

Russian State University by the name of A. N. Kosygin,
Associate Professor of the Department of Commerce and service

Аннотация. В данной статье представлены результаты анализа основ и методов управления репутационным риском коммерческих банков в российской и зарубежной практике. Проанализированы, систематизированы и уточнены элементы и особенности формирования репутации банка, индикаторы и критерии оценки репутационного риска. На основе балльно-вещового метода определены критерии оценки репутации банка, которые можно разбить на три блока: имиджевая составляющая репутации; организационно-функциональная составляющая и корпоративно-коммуникативная составляющая. Метод апробирован на примере конкретного коммерческого банка.

Ключевые слова: коммерческий банк, управление, риск, репутация банка, репутационный риск, метод оценки

Abstract. This article presents the results of the analysis of the basics and methods of reputation risk management of commercial banks in Russian and foreign practice. Analyzed, systematized and refined elements and features of the formation of the bank's reputation, indicators and criteria for assessing reputation risk. On the basis of the point-weight method, the criteria for assessing the bank's reputation are determined, which can be divided into three blocks: the image component of reputation; the organizational and functional component and the corporate communication component. The method is tested on the example of a specific commercial bank.

Keywords: commercial bank, management, risk, bank reputation, reputation risk, evaluation method

Рецензент: Волошин Андрей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент кафедры торгового дела и маркетинга ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Анализ различных литературных источников, проведенный автором, показал, что используемые методы оценки репутационных рисков предполагают применение различных критериев (индикаторов). Так, Недоспасова В.В. [1] определяет 3 группы показателей (рисунок 1).

Гавришин К.В., Саакова Л.В. [2] приводят 7 групп показателей, которые объединяются в репутационную матрицу (рисунок 2). Посредством этих показателей можно оценить репутацию банка разными группами пользователей, а также определить сильные и слабые стороны репутации по каждой группе пользователей и выстроить репутационные профили, которые, в свою очередь, характеризуют

репутационные разрывы и репутационные индексы.



Рисунок 1. Показатели оценки репутационных рисков по Недоспасовой В.В.



Рисунок 2. Показатели оценки репутационных рисков по Гавришину К. В.

Репутационная карта позволит провести сравнение репутационного профиля банка с профилем банков-конкурентов. Количественную оценку репутации можно определить с помощью репутационного индекса, дающего усредненную оценку по репутационным факторам или по разным группам пользователей. На целесообразность формирования карт рисков указывают также В.А. Зинкевич и Д.Н. Штатов, предполагая, что ход определения риска цикличен: формируется определенная схема цепочек «угроза - величина риска» без детальной характеристики угроз, далее осуществляется сопоставление стоимостной оценки экспертным методом с привлечением информации по потерям банка, потом цепочка повторяется [2]. Пестриков С.А. [2] группирует критерии оценки риска в пять блоков (рисунок 3).

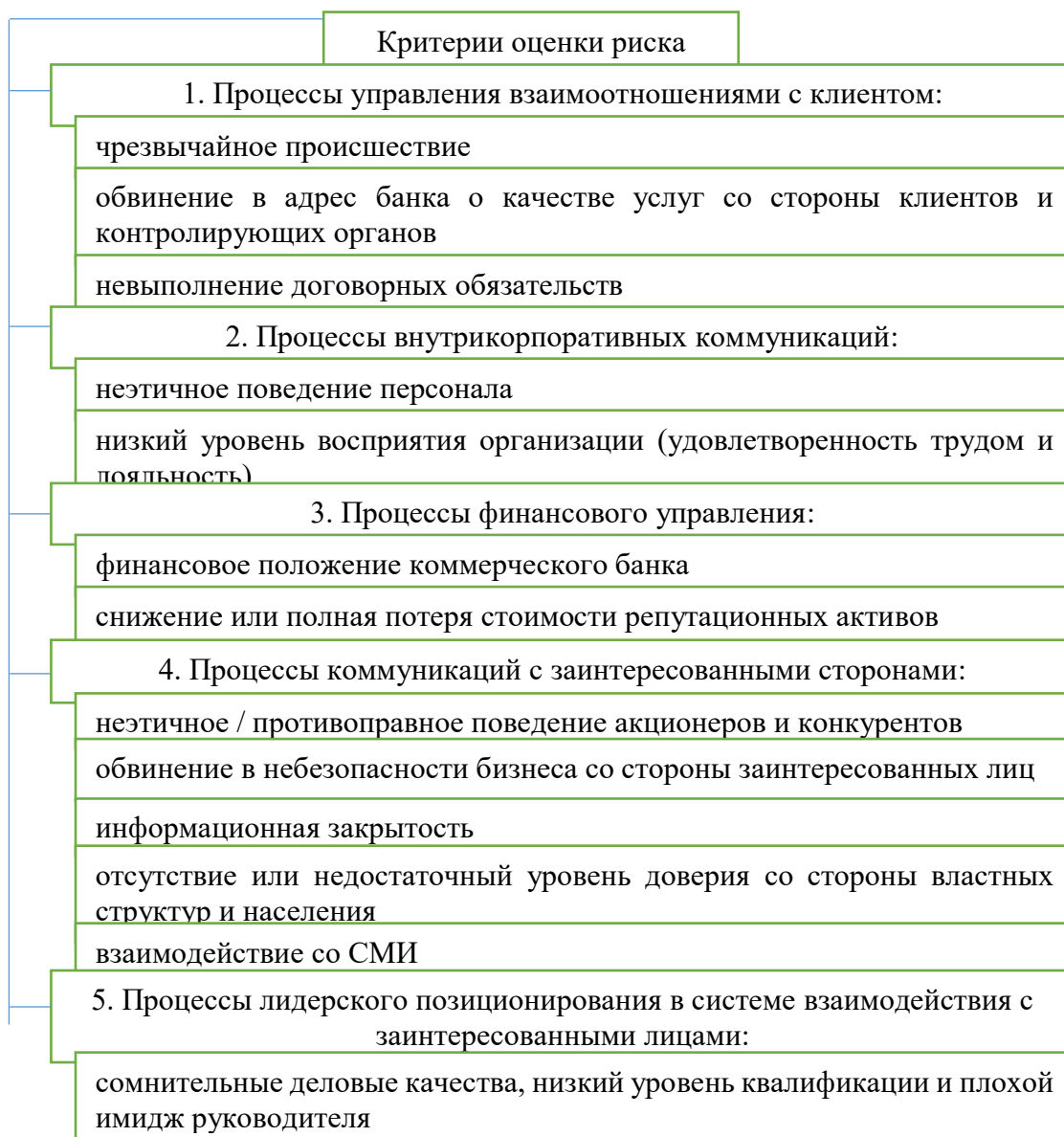


Рисунок 3. Критерии оценки риска согласно Пестрикову С.А.

Ким Ю.К., Шамин В.П. [3] в качестве критериев, позволяющих определить угрозу наступления репутационного риска, предлагают использовать критерии, указанные на рисунке 4.

Критерии оценки риска	
Невысокая узнаваемость бренда и его индивидуальных свойств	
Непрозрачность данных	
Использование мер влияния (штрафов, предписаний) со стороны органов контроля и надзора	
Негативные упоминания в средствах массовой информации	
Недоверие клиентов / партнеров / инвесторов	
Увеличение числа претензий / жалоб со стороны клиентов	
Финансовая неустойчивость	
Отказ постоянных или крупных клиентов или партнеров от взаимодействия	
Невысокое качество предоставляемых услуг	
Неблагоприятные отзывы	
Текучесть персонала	
Недоступность данных по предлагаемым услугам	
Ошибки работников	
Невысокая корпоративная культура	
Наличие жалоб, претензий и судебных исков к кредитному учреждению со стороны клиентов и партнеров	
Убытки по результатам деятельности	
Факты отключения любым способом систем обеспечения безопасности банка	
Недостаток новых клиентов	
Нарушение кредитным учреждением собственной внутренней документации	

Рисунок 4. Критерии оценки репутационного риска по Ким Ю.К. и Шамину В.П.

Обобщая представленную информацию, можно сделать вывод, что результаты работы банка, его финансовое состояние, система управления рисками и сохранения репутации являются предметом внимания собственников, менеджеров, кредиторов, инвесторов, контрагентов, рейтинговых агентств, государства, ЦБ РФ, т.е. внутренних и внешних пользователей информации. В зависимости от целей и задач анализа для каждой группы могут быть разработаны различные подходы к оценке репутационных рисков [4,7].

Сопоставляя и анализируя различные системы и способы оценки репутационного риска коммерческого банка, представим разработанные в рамках балльно-весового метода критерии оценки репутации банка, которые можно разбить на три блока: имиджевая составляющая репутации; организационно-функциональная составляющая и корпоративно-коммуникативная составляющая [5,6]. Апробацию разработанного метода проведем на примере ПАО «Сбербанк».

Имиджевая составляющая будет включать репутацию президента (председателя правления) или управляющего банком, репутацию учредителей и акционеров банка, социально-деловую активность банка, связь банка с криминальными структурами, ведение им опасных финансовых операций, восприятие банка клиентами и контрагентами, позиционирование в системе взаимодействия с заинтересованными лицами.

В таблице 1 представлены критерии балльной оценки имиджевой составляющей репутации коммерческого банка.

Таблица 1

Критерии балльной оценки имиджевой составляющей репутации ПАО «Сбербанк»

Критерий и значение	Оценка, балл
Репутация президента (председателя правления) или управляющего банком	
Высокая – все без исключения опрошенные положительно высказались о репутации руководителя банка	5
Средняя – большинство опрошенных характеризует руководителя как надежного делового партнера	3
Низкая – большинство опрошенных характеризует руководителя как ненадежного, нечестного делового партнера	-3
Отрицательная – имеется информация об участии руководства в мошеннических действиях, сознательном банкротстве	-10
Репутация учредителей и акционеров банка	
Высокая – все без исключения опрошенные положительно высказались о репутации учредителей и акционеров банка	5
Средняя – большинство опрошенных характеризует учредителей и акционеров банка как надежных партнеров	3
Низкая – большинство опрошенных характеризует учредителей и акционеров банка как ненадежных, нечестных партнеров по бизнесу	-3
Отрицательная – имеется информация об участии учредителей и акционеров банка в мошеннических действиях	-10
Социально-деловая активность	
Высокая – банк является активным участником социально-экономической жизни региона, города, осуществляет софинансирование значимых проектов	5
Средняя – банк принимает эпизодическое участие в подобных мероприятиях	3
Низкая – банк не принимает участия в подобных мероприятиях	0
Связь банка с криминальными структурами, ведение им опасных финансовых операций	
Отсутствие – служба безопасности не располагает данными о связи сотрудников банка либо его учредителей с криминальными структурами	0

Критерий и значение	Оценка, балл
Наличие – служба безопасности располагает сведениями о связи сотрудников банка либо его учредителей и акционеров с криминальными структурами	-15
Восприятие банка клиентами и контрагентами	
Позитивное - банк осуществляет благотворительную деятельность, участвует в программах развития спорта, облагораживании территории	5
Нейтральное – население не осведомлено о социальных проектах банка	0
Негативное – в обществе сложилось отрицательное восприятие банка	-5
Позиционирование в системе взаимодействия с заинтересованными лицами	
Высокая – наличие долгосрочной обоснованной стратегии бизнеса, безупречные деловые качества руководства, положительный имидж	10
Низкая – отсутствие долгосрочной обоснованной стратегии бизнеса, сомнительные деловые качества руководства, отрицательный имидж	0

Аналогично может быть представлен блок, связанный с содержанием и характеристикой критериев оценки организационно-функциональной составляющей репутации коммерческого банка. Данная составляющая будет содержать, по нашему мнению, оценку в балах финансового состояния коммерческого банка, качество и уровень обслуживания клиентов, переход в процессе деятельности отдельных рисков банка в репутационный риск.

Особенности балльной оценки процессов корпоративно-коммуникативной составляющей включают: взаимоотношения с клиентами банка, внутрибанковские коммуникации, уровень менеджмента, коммуникации со всеми заинтересованными сторонами.

После оценки всех составляющих риска потери репутации банка производим подсчет общего количества баллов формуле:

$$B_r = 0,4B_{\text{имидж}} + 0,3B_{\text{орг-функ}} + 0,3B_{\text{корп-комм}} \quad (1)$$

где B_r – общее количество баллов;

$B_{\text{имидж}}$ – сумма баллов, полученных при оценке имиджевой составляющей;

$B_{\text{орг-функ}}$ – сумма баллов, полученных при оценке организационно-функциональной составляющей;

$B_{\text{корп-комм}}$ – сумма баллов, полученных при оценке корпоративно-коммуникационной составляющей.

Весовые коэффициенты модели определены экспертным путем. Экспертами являлись руководящие работники банков и аналитики банковской сферы. В зависимости от суммы баллов коммерческие банки по величине угрозы проявления репутационных рисков группируются в классы (группы) (таблица 2).

Таблица 2

Шкала итоговой оценки репутационных рисков коммерческого банка

Количество баллов	Класс
Свыше 18	I класс – репутация банка высокая, а уровень репутационных рисков - низкий
От 10 до 18	II класс – репутация банка средняя, отмечается наличие среднего уровня репутационных рисков
Менее 10	III класс – низкая репутация банка, высокий уровень репутационных рисков

По результатам проведенного анализа в банках, получивших наибольшее количество баллов, уровень репутационного риска оценивается как низкий и, наоборот, в банках последней группы уровень риска признается значительным.

Результаты оценки репутационного риска ПАО «Сбербанк» по предложенному методу на основе тринадцати показателей представлен в таблице 3.

Таблица 3

Бальная оценка репутации ПАО «Сбербанк»		
Критерий	Значение	Оценка, балл
1	2	3
Имиджевая составляющая		
1. Репутация президента (председателя правления) или управляющего банком	Средняя	3
2. Репутация учредителей и акционеров банка	Средняя	3
3. Социально-деловая активность	Высокая	5
4. Связь банка с криминальными структурами, ведение им опасных финансовых операций	Отсутствие	0
5. Восприятие банка клиентами и контрагентами	Нейтральное	0
6. Позиционирование в системе взаимодействия с заинтересованными лицами	Высокая	10
Итого		21
Организационно-функциональная составляющая		
7. Финансовое состояние коммерческого банка	Высокая	5
8. Качество и уровень обслуживания клиентов	Средняя	3
9. Переход в процессе деятельности отдельных рисков банка в репутационный риск	Высокая	5
Итого		13
Корпоративно-коммуникативная составляющая		
10. Взаимоотношения с клиентами банка	Средняя	3
11. Внутрибанковские коммуникации	Высокая	5
12. Уровень менеджмента	Средняя	3
13. Коммуникации со всеми заинтересованными лицами	Высокая	10
Итого		21

Исходя из представленных в таблицах результатов, можно рассчитать общее количество баллов: $B_p = 0,4 \times 21 + 0,3 \times 13 + 0,3 \times 21 = 18,6 = 19$ баллов. Данную оценку можно интерпретировать следующим образом: ПАО «Сбербанк» относится к I классу по своей деловой репутации, то есть имеет высокий уровень репутации практически по всем ее составляющим, а также низкий уровень репутационных рисков.

Таким образом, представленный метод позволяет на основе имеющейся открытой информации коммерческого банка достаточно оперативно, точно и с минимальной трудоемкостью оценить репутационный риск на основе трех основных составляющих: имиджевой, организационно-функциональной и корпоративно-коммуникативной. Общая бальная оценка ПАО «Сбербанк» показала и подтвердила наличие для этого универсального банка высокого уровня репутации и низкого уровня репутационных рисков.

Библиографический список

1. Недоспасава В. В. Риск-менеджмент деловой репутации российского коммерческого банка. // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук – Саратов, 2012. – 20 с.
2. Бандурко С. А., Новиков Ю. И. Оценка репутационного риска банка с учетом вызовов современной информационной системы финансового рынка // Банковские услуги. – 2015. – № 8. – С. 25-29.
3. Шамин В. П. Об управлении риском потери деловой репутации в кредитной организации // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. – 2011. - № 3. – С. 21-26.
4. Зернова Л.Е., Караман А.И. Роль управления банковскими рисками в современных условиях. // Материалы Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2018)» - М.: 2017.- с. 60-62.
5. Зернова Л.Е. Проблемы и пути совершенствования деятельности коммерческих банков. // Монография. - 2018 – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 228 с.
6. Zernova L.E., Ilyna S.I. REGULATION OF BANK RISKS IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY // Наука и инновации -- 2016. - с. 30.
7. Куницын И.И. Управление репутационными рисками коммерческих банков. // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук – Ставрополь – 2017 – 213 с.

УДК 336.71

Зернова Л.Е. Системы стимулирования труда банковского персонала

System of stimulation of work of bank staff

Зернова Л.Е.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
доцент кафедры Коммерции и сервиса

Zernova L.E.

Russian State University by the name of A. N. Kosygin,
Associate Professor of the Department of Commerce and service

Аннотация. В данной статье представлены результаты анализа систем и методов мотивации и стимулирования труда сотрудников коммерческих банков в российской и зарубежной практике. Проанализированы, систематизированы и уточнены категории «стимул» и «стимулирование». Представлена матрица мотиваторов в системе управления. Уточнены типы приоритетных методов и форм мотивирования сотрудников банков и классификация форм стимулирования. Выделены факторы, напрямую обусловленные развитием человеческого капитала и мотивированием сотрудников банков.

Ключевые слова: коммерческий банк, управление, мотивация, стимулирование, труд, банковский персонал

Abstract. This article presents the results of the analysis of systems and methods of motivation and stimulation of employees of commercial banks in the Russian and foreign practice. We analyzed, systematized and refined "stimulus" and "stimulation". The matrix of motivators in the control system is presented. The types of priority methods and forms of motivation of bank employees and the classification of forms of stimulation are specified. The factors directly caused by the development of human capital and motivation of the bank's employees are highlighted.

Keywords: commercial bank, management, motivation, stimulation, work, bank personnel

Рецензент: Волошин Андрей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент кафедры торгового дела и маркетинга ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Сегодня, как никогда ранее, особую актуальность приобретает проблема эффективного использования человеческих ресурсов в рамках системы управления в коммерческих банках [1,7,8]. На процесс управления персоналом, безусловно, влияют факторы мотивирования и стимулирования труда в банке.

Значение мотивирования в системе управления кадровым составом банков можно определять через содержание понятия «стимул». Первоначально понятие «стимул» было связано с понятием «движитель» или «движущая сила» деятельности. Исходя из этого, сфера системы управления банков напрямую обуславливает взаимосвязь таких факторов как: цели банка, задачи системы управления банков, интересы менеджмента, ценности сотрудников, развитие человеческого капитала на уровне банка [2]. При этом следует отметить, что, не смотря на определяющую роль стимулов в профессиональной деятельности сотрудников банков единства в определении сущности современных форм и методов мотивирования у современных

исследователей нет. Чаще всего толкование понятия «стимул» используется исходя из подхода к процессу формирования побуждения к деятельности (рис. 1).

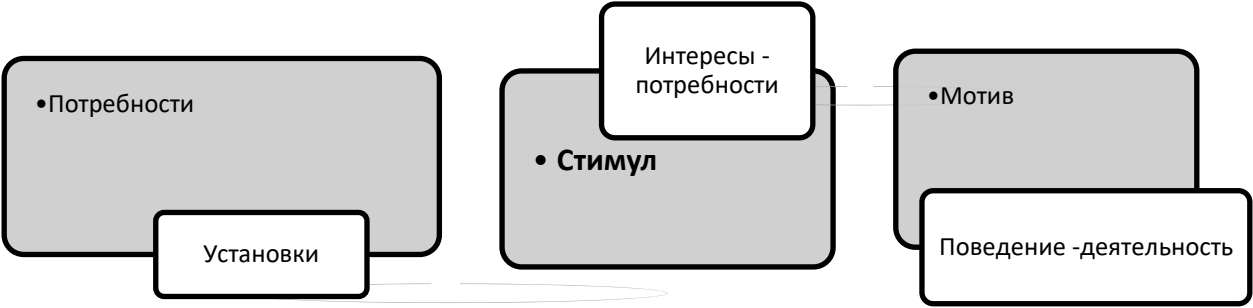


Рисунок 1. Схема понятия «стимул» исходя из подхода к процессу формирования побуждения к деятельности [3, с.12]

Как следует из схемы на рис.1, данный подход к стимулированию позволит использовать такие категории как потребности, установки, интересы и поведение сотрудника. При этом в системе управления следует разделять такие процессы как «мотивация» и «стимулирование». Согласно различным подходам стимулирование является внешним элементом по отношению к процессу мотивации в системе управления, и это подтверждается фрагментом контент-анализа понятия «стимулирование», проведенным на основе двадцати литературных источников (таблица 1).

Таблица 1

Фрагмент контент-анализа подходов различных авторов к понятию «стимулирование» в системе управления

Автор	Сущность стимулирования в системе управления деятельностью
Маренков Н.Д., Алимарина Е.А.	Стимулирование – это комплекс мер, который дополняет мотивационную политику и является средством для удовлетворения определенных потребностей персонала, использующий, прежде всего, материальное вознаграждение за труд
Киселева Е.В.	Стимулирование – это функция управления персоналом, которая связана с процессом активации профессиональной деятельности персонала, и обеспечивает формирование у работников потребности в повышении результативности труда

Как следует из приведенных подходов, стимулом выступает конкретный предмет, который находится во внешнем окружении субъекта мотивирования, и при помощи которого формируется возможность удовлетворять необходимые потребности-интересы.

Таким образом, в рамках данного исследования стимулирование в системе управления будет трактоваться, как стремление «подтолкнуть» персонал к определенной активности в необходимой для банка

деятельности в целях более полного соответствия этой деятельности целям системы посредством применения моральных и материальных механизмов воздействия.

При этом стимулирование основано на использовании внешней побудительной причины поведения, формирующей определенную заинтересованность, мотивацию человека в повышении эффективности деятельности (табл. 2).

Таблица 2

Матрица мотиваторов в системе управления

Базовые мотиваторы-интересы	Вторичные мотиваторы-интересы
Первичные потребности (физические или врожденные) – это потребности в пище, воде, сне, отдыхе и др.	Вторичные потребности – это потребности в успехе, уважении, привязанности, власти, принадлежности к какой-либо группе или идее.
Внутренние механизмы	Внешние механизмы
Их предоставляет человеку сама деятельность – это чувство достижения результата, содержательности и значимости выполненной работы, самоуважения, дружбы и общения	Они возникают не от деятельности, а предоставляются организацией – это заработная плата, продвижение по службе, символы служебного статуса и престижа, дополнительные выплаты и льготы

Таким образом, рассмотрев подходы различных авторов к понятию и значению мотивирования сотрудников в системе управления, можно сделать следующий вывод:

- сущность процесса мотивирования в системе управления выражается в эффективном использовании внутреннего импульса - потребностей - интересов служащего, которые формируют побуждение к определенному выгодному действию;
- сущность процесса мотивирования в системе управления выражается в формировании внешних поощрений, воздействий на стимулирующую сферу сотрудников банка, которая побуждает их на более активное использование своего потенциала;
- процессы «мотивация» и «стимулирование» в системах управления взаимосвязаны, но имеют определенные различия.

Типы приоритетных методов и стимулов для персонала можно разбить по следующим архетипам сотрудников банков, представленным на рисунке 2.

В качестве основной задачи реализации современных форм и методов мотивирования сотрудников в банковской сфере можно выделить повышение уровня использования кадрового потенциала. При этом в качестве базы внедрения современных форм и методов мотивирования сотрудников банков можно выделить следующие:

- формирование системы стимулов для сотрудников банков с учетом мотивов, интересов и потребностей;

1 Тип «Инструменталист»

- Стимулировать сотрудника компании с таким типом мотивации возможно на основе методик вознаграждения. Для него главный стимул - получить различные блага для реализации своих потребностей. Различные блага являются вознаграждением за проделанную работу. Но все же, «инструменталиста» интересуют не просто деньги, а именно те, которые он сам заработал; в связи с этим, он работает с максимальной отдачей при выполнении любой задачи, если его труд будет хорошо оплачиваться.

2 Тип «Профессионал»

- Для сотрудника компании данного типа важнейшим условием стимулирования деятельности является возможность реализовать свои профессиональные способности, знания и навыки - компетенции. Лучшим методом мотивации для работника с таким типом мотивации являются карьерный рост, повышение квалификации, дополнительное обучение.

3 Тип «Патриот»

- Стимулирование к активным трудовым действиям у данного типа сотрудников выражается в виде высоких идейных и творческих ценностей. Такие творческие работники обычно подразумевают, что своей деятельностью могут сделать для других людей много доброго. Отдаются делу полностью, несмотря даже на низкий заработок. Основные методы стимулирования - нематериальное признание вклада в деятельность.

4 Тип «Хозяин»

- Главное в стимулировании для данного типа сотрудника компании является достижение, а так же приумножение личной базы для развития (как материальной, так и нематериальной). Ограничения потребностей у таких сотрудников практически нет. В первую очередь они заботятся о себе, о своем благополучии, а уже только потом - о благе самого банка.

5 Тип «Люмпен»

- Для данного типа сотрудников компании характерна потребность к равному распределению в отношении благ. Такого работника постоянно не устраивает порядок распределения благ среди сотрудников, он старается избегать ответственности, не переносит индивидуальные формы стимулирования труда.

Рисунок 2. Типы приоритетных методов и форм мотивирования сотрудников банков в зависимости от их архетипа

- объективная оценка составляющих индивидуального вклада сотрудников банка;
- определение возможности участия сотрудников банков в инновационной деятельности и профессиональном развитии;
- обеспечение равного доступа каждой группы сотрудников ко всем видам и формам мотивирования в банке;
- вовлечение в деятельность сотрудников банков на всех этапах их карьерного пути;
- формирование лояльных сотрудников банка;
- вовлечение в сферу мотивирования не только сотрудников, но и членов их семей с помощью косвенных методов. [4,с138].

На основе проведенного анализа современную систему форм стимулирования любого сотрудника банка можно разделить на следующие группы, представленные на рисунке 3.

Основа любого метода стимулирования сотрудников содержит в себе модель воздействия на субъект трудовой деятельности, которая описывает, каким образом при взаимодействии внутренних и внешних ограничений, ценностей и потребностей формируются стимулы (внутренние цели) трудовой деятельности и ее результаты (блага).



Рисунок 3. Классификация форм стимулирования

Для обоснования данного вывода можно привести следующие тезисы:

- уровень удовлетворения сотрудника банка, которое он получает при выполнении работы, оказывает определенное влияние на его поведение в похожих условиях в текущем периоде и в будущем (в перспективе);

- сотрудники банка будут стараться копировать определенное поведение, которое связано у них с удачной реализацией своих приоритетных стимулов;
- сотрудники банка будут стараться не копировать определенное поведение, которое связано у них с неудачной реализацией своих потребностей.

Данные выводы подтверждаются практикой применения современных форм и методов мотивирования сотрудников в российских и зарубежных коммерческих банках.

Согласно результатам опроса 156 организаций, в том числе и коммерческих банков, проведенного ООО «Делойт Консалтинг» и опубликованного в 2018г, в качестве трех наиболее важных трендов развития кадрового менеджмента выделены факторы, напрямую обусловленные развитием человеческого капитала и мотивирования сотрудников (рис. 4).

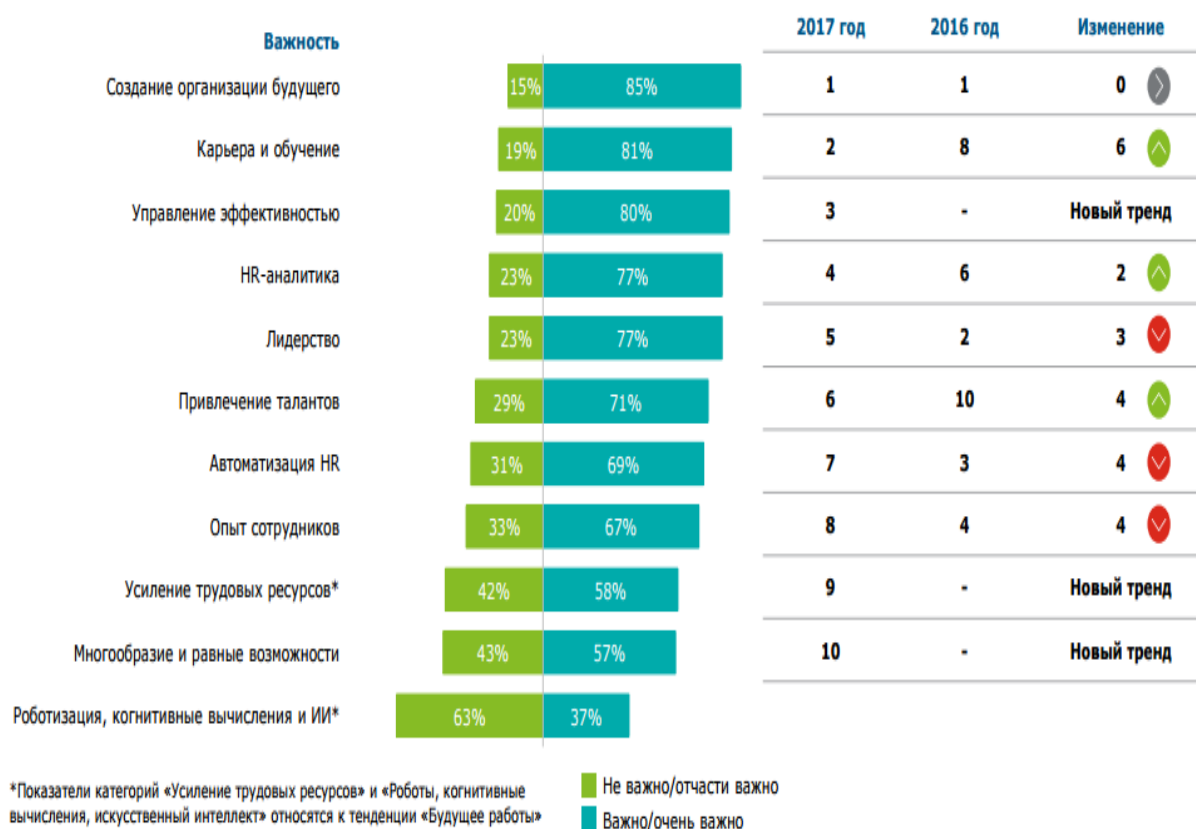


Рисунок 4. Основные тренды развития кадрового менеджмента в российских компаниях в 2016-2017 гг. [5]

О повышении востребованности форм и методов мотивирования сотрудников банков в России свидетельствуют также результаты исследования банка Kelly Services (KS) «Мотивация персонала 2017» на основе опроса 1100 респондентов [6].

Согласно отчету KS в российских компаниях подразделения HR повышают уровень оценки важности и необходимости активизации кадровой работы по стимулированию персонала. Доля отечественных банков, активно развивавших формы и методы мотивирования персонала в 2017 году, выросло на 5 % (в 2016 г. – 47%), и достигла уровня 52 %, то есть 48 % банков не применяют новых инструментов мотивирования персонала (рис.5).

При этом в качестве приоритетных методов и форм мотивирования были выделаны следующие:

- стимулирование уровнем оплаты труда – 64% в 2016 и 72% в 2017 г.;
- стимулирование через формирование комфортной атмосферы – 36% в 2016 и 35% в 2017 г.;
- стимулирование через открытость - официальное трудоустройство и «белая зарплата» – 31% в 2016 и 34% в 2017 г.;
- стимулирование через управление карьерой сотрудников – 33% в 2016 и 34% в 2017 г. (рис. 6)



Рисунок 5. Оценка динамики востребованности форм и методов мотивирования персонала в отечественных компаниях 2016-2017 гг. (отчет KS)

Таким образом, в качестве приоритетной формы в отечественных компаниях используется материальное стимулирование, но с поддержкой в рамках формирования комфортной и эффективной корпоративной культуры, создание комфортных рабочих условий и среды, признание результатов труда и карьерное развитие.



Рисунок 6. Оценка динамики приоритетности форм и методов мотивирования персонала в отечественных компаниях 2016-2017 гг. (отчет KS)

При этом развитие человеческого капитала является одним из приоритетов, в рамках которого используются не денежные формы мотивирования персонала в отечественных компаниях (рис.7).

Так, согласно отчету KS, корпоративное обучение как важный стимул, входит в ТОП-3 мотиваторов для персонала, т.е. развитие компетенций через корпоративное обучение востребовано у современного персонала банков как форма повышения стоимости и конкурентоспособности сотрудника на рынке труда. При этом лидерами среди стимулирующих факторов названы такие формы как «публичное признание успеха» и «корпоративные тренинги».

Корпоративные тренинги не только повышают использование потенциала персонала, но и являются эффективной формой мотивирования (рис.7).



Рисунок 7. Рейтинг не денежных форм мотивирования персонала в отечественных компаниях 2016-2017 гг. (отчет KS) [6]

Если оценить ответы респондентов на вопрос о том, с чем они готовы примириться при условиях значительного материального денежного мотивирования, то с позиций наиболее важных стимулов можно выделить следующие (рис.8):

- условия труда;
- коммуникации в коллективе;
- внешний и внутренний имидж работодателя;

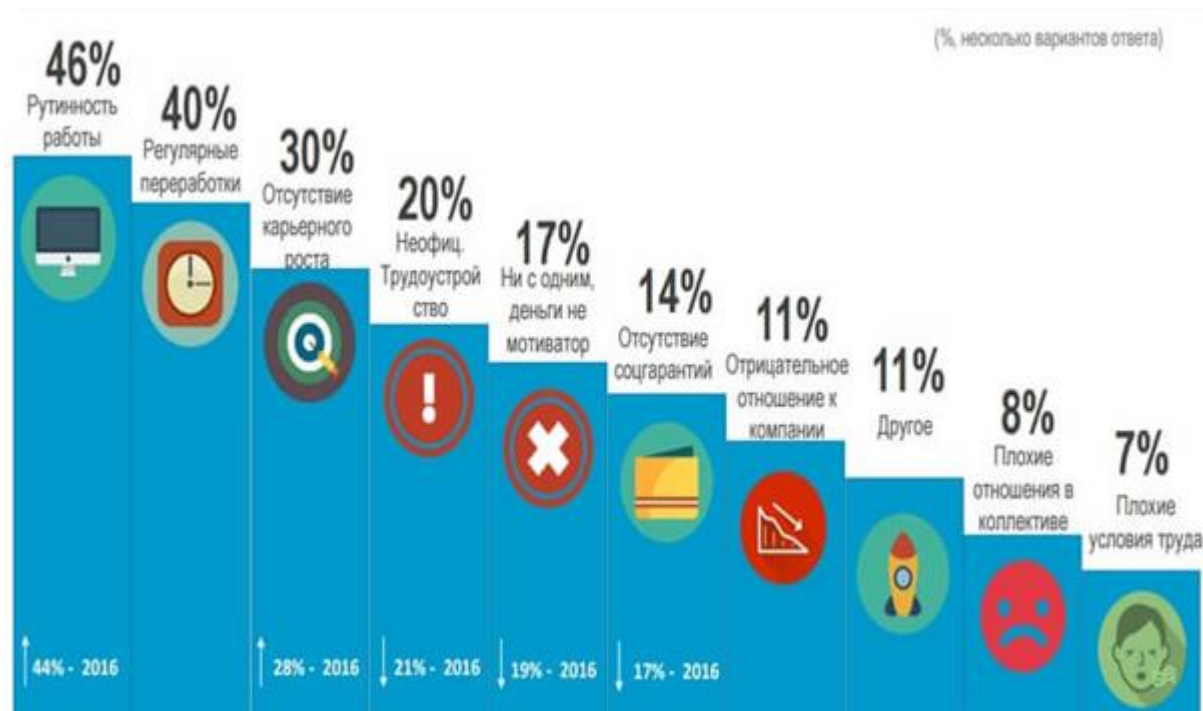


Рисунок 8. Рейтинг нематериальных форм мотивирования персонала в отечественных компаниях в 2016-2017 гг. (отчет KS «С чем Вы готовы мириться?») [6]

В этой связи в качестве основного стимула сохранения работы в банках респонденты выделили именно материальные стимулы (рис.9):

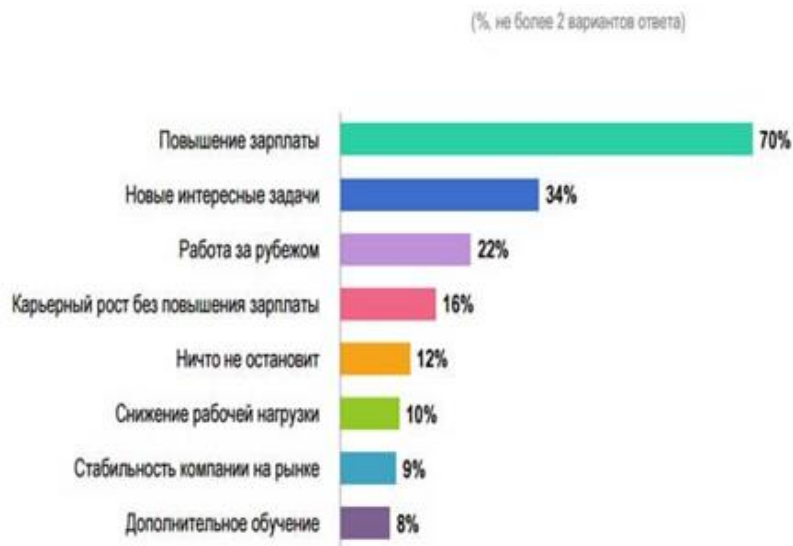


Рисунок 9. Рейтинг форм мотивирования персонала в отечественных компаниях 2016-2017 гг. (отчет KS «Что может удержать вас в банке, если вы решили уйти?») [6]

- повышение размера зарплаты — 70%;
- привлечение к участию в интересных задачах и проектах — 34%;
- возможность работы за рубежом (перевод в зарубежные представительства) — 22%;;
- карьерное развитие — 16 %.

Как показало проведенное исследование, основа процесса стимулирования оплаты труда сотрудников в отечественных коммерческих банках содержит в своей основе определенную модель стимулирующего процесса субъекта трудовой деятельности, которая описывает, каким образом при взаимодействии внутренних и внешних ограничений, ценностей и потребностей формируется стимул (внутренние и внешние цели) трудовой деятельности и ее результаты (блага) с использованием современных форм и методов оплаты труда персонала.

Анализ показал, что за последние годы в России накоплен довольно большой опыт материального стимулирования и нематериального поощрения сотрудников финансово-кредитных организаций. Наиболее крупные из них – ПАО «Сбербанк», АО «Альфа-Банк», ПАО ВТБ, ПАО «Промсвязьбанк», ПАО «РОСБАНК» и др. разрабатывают и внедряют различные системы мотивации персонала, используя для этого современные методы, программное обеспечение и проявляя креативный подход при выборе стимулов.

Библиографический список

1. Зернова Л.Е. Проблемы и пути совершенствования деятельности коммерческих банков. // Монография. - 2018 – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 228 с.
2. Господарчук Г.Г. Оценка уровня стабильности российской банковской системы / Г.Г.Господарчук, А.В.Аникин // Деньги и кредит. - 2014. - N 5. - с.24–30.
3. Аглиева В.Ф. Управление качеством обслуживания клиентов сферы предоставления банковских услуг // Эффективные системы менеджмента: стратегии успеха. - 2014. - №4. - с. 10-15.
4. Еремина, Е.В. Управление персоналом: учебно-методическое пособие / Е.В. Еремина. - Издательство Пензенского государственного университета, 2017. - 416 с.
5. Отчет ООО «Делойт Консалтинг» [Электронный ресурс] <http://hr-elearning.ru/motivaciya-personala-2017-issledovanie-kelly-services/>
(Дата обращения 15.02.2019)
6. Отчет исследования компании Kelly Services «Мотивация персонала 2017» [Электронный ресурс] <https://www.kellyservices.ru/ru/siteassets/ru/workforce-trends/motivaciya-personala-2017.pdf> (Дата обращения 15.02.2019)
7. Зернова Л.Е. Шеина Е.Г. Персонал компании и определение понятия его компетенции. //Сборник статей международной научно-практической конференции. – 2017 – с.101-103.
8. Зернова Л.Е., Шеина Е.Г. Понятие категории ключевого звена организации //Сборник материалов международной научно-практической конференции – 2017 – с. 201 - 204

Экономика предпринимательства

УДК 338.1

Шевченко Ю. С. Ладанова В. Ю. Оценка эффективности формирования и использования оборотных активов ОАО «МОК «Братковский»

Assessment of the effectiveness of the formation and use of defense assets of PSC "MFC "Bratkovsky"

Шевченко Юлия Сергеевна

канд. экон. наук, доцент кафедры финансов
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина»

Ладанова Виктория Юрьевна

бакалавр 5 курса, направления подготовки 38.03.01 Экономика
направленность «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина»

г. Краснодар

Shevchenko Yuliya Sergeevna

candidate of economic Sciences, Associate Professor
of Finance FGBOU VO

"Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina"

Ladanova Viktoriya Yurievna

Bachelor 5 courses, directions of training 38.03.01 Economics
direction " Finance and credit"

FGBOU VO "Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina"

Krasnodar

Аннотация. В статье проведена оценка состояния и динамики оборотных активов организации, эффективности их использования с помощью оценки оборачиваемости и рентабельности. Даны рекомендации по улучшению формирования и использования оборотных активов.

Ключевые слова: оборотные активы, оборачиваемость, операционный цикл, финансовый цикл

Abstract. The article assesses the status and dynamics of current assets of the organization, the efficiency of use by assessing the turnover and profitability. Recommendations for improving the formation of the use of current assets are given.

Keywords: current assets, turnover, operating cycle, financial cycle

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

Оборотные средства – это денежные средства и другое имущество, которое организация использует для осуществления своей текущей деятельности, непрерывно участвующие во всех стадиях кругооборота капитала одновременно.

Высокие результаты деятельности и финансовое состояние организации во многом зависят от оптимального формирования и рационального использования оборотных активов, а так же от рационального формирования источников, направляемых для финансирования оборотных активов. Изучение состава, структуры и динамики оборотных активов организации, управление формированием и их финансированием, расчет и оценка показателей эффективности их использовании позволяет в целом увеличить финансовые результаты и улучшить финансовое состояние организации. Грамотное формирование размеров оборотных активов, тщательная проработка вопросов эффективности их использования позволяет достигать максимального эффекта с минимально необходимым размером оборотных средств

Оценка эффективности формирования и использования оборотных активов проводилась на примере ОАО «МОК «Братковский» Кореновского района, занимающееся разведением крупного рогатого скота, разведением племенного крупного рогатого скота, производством сырого коровьего молока и сырого молока прочего крупного рогатого скота, производством бычьей спермы.

Рост активов организации в целом с 2015 г. до 2017 г. составил 9 %. В структуре активов ОАО «МОК «Братковский» оборотные активы составляют в 2017 г. 36 %, причем их доля снизилась за период на 5 п.п.

В таблице 1 представлен состав и структура оборотных активов ОАО «МОК «Братковский».

Таблица 1

Состав и структура оборотных активов организации

Показатель	2015 г.		2016 г.		2017 г.		Темп роста, %
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	
Оборотные активы, всего	201668	100,0	231590	100,0	219770	100,0	109,0
Запасы	161471	80,1	207799	89,7	176472	80,3	109,3
в т.ч.: сырье, материалы	30818	15,3	34158	16,4	32979	15,0	107,0
животные на выращивании и откорме	69866	34,6	106015	45,8	101545	46,2	145,3
затраты в незавершенном производстве	48548	24,1	32470	14,0	32155	14,6	66,0
готовая продукция	12239	6,1	35156	15,3	9793	4,5	80,0
Дебиторская задолженность	40184	19,9	22249	9,6	41750	19,0	103,9
в т.ч. расчеты с покупателями	2379	1,2	1398	0,6	20817	9,5	8,8 раз
авансы выданные	28212	14,0	15336	6,6	14235	6,5	50,5
прочие	9593	4,8	5514	2,4	6698	3,0	69,8
Денежные средства	13	0,0	1054	0,5	930	0,4	71,5 раз
Прочие оборотные активы	0	0,0	488	0,2	618	0,3	126,6

Сельскохозяйственная животноводческая направленность нашего хозяйства обусловила то, что в составе запасов наибольшую долю занимают запасы сырья и материалов и готовой продукции.. На долю запасов приходится примерно 80 %. Наименьшую долю за весь период занимали денежные средства. Однако именно эта часть оборотных активов показала наибольший рост показателей – 71,5 раза.

На рисунке 1 представлена структура запасов организации.

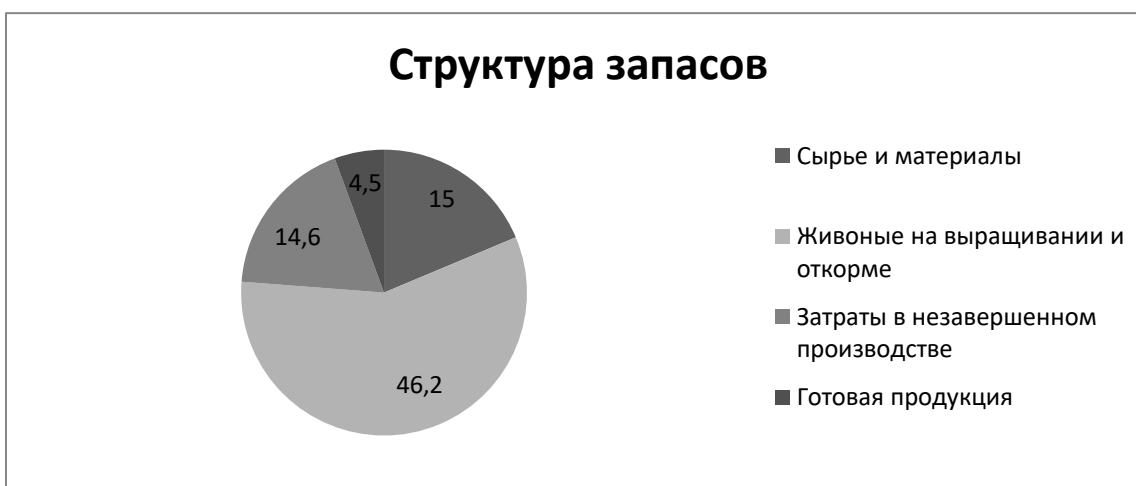


Рисунок 1. Структура запасов организации в 2017 г.

Наибольший удельный вес в составе запасов занимают животные на выращивании и откорме, сырье и материалы и затраты в незавершенном производстве. Животные на выращивании и откорме увеличиваются, как в абсолютных значениях, так и в относительных. Так данная статья с 34,6 % в 2015 г. возросла до 46,2 % в 2017 г., а рост за период показала 45,3 %. Это можно оценить как положительный фактор, так как эти животные далее составят основное стадо и позволят своей продукцией увеличивать финансовые результаты. Запасы сырья и материалов находятся примерно в одинаковом положении и составляют примерно по 15 % в каждом периоде.

Для того, чтобы оценить эффективность формирования и финансирования оборотных активов, необходимо рассчитать долю чистых оборотных активов в общей сумме текущих активов. Которые, характеризуют ту часть оборотных активов, сформированных за счет собственного капитала.

Таблица 2

Оценка эффективности финансирования оборотных активов ОАО «МОК «Братковский»

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение (+,-)
Оборотные активы, тыс. руб.	201668	231590	219770	18102
Краткосрочные обязательства, всего, тыс. руб.	55738	108652	125380	69642
Заемные средства, тыс. руб.	33400	61304	46699	13299
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	22338	47348	78681	56343
Чистые оборотные активы (ЧОА), тыс. руб.	145930	122938	94390	- 51540
Доля ЧОА в текущих активах, %	72,4	53,1	42,9	- 29,5
Доля заемного капитала в текущих активах, %	27,6	46,9	57,1	29,5
Доля краткосрочного кредита в текущих активах, %	16,6	26,5	21,2	4,6
Доля кредиторской задолженности в текущих активах, %	11,1	20,4	35,9	24,8

За исследуемый период организация имела чистые оборотные активы, а это означает, что у организации существуют собственные источники финансирования оборотных активов. Однако, величина чистых оборотных активов снижается. Это связано с тем, что краткосрочные обязательства возросли на большую величину, чем оборотные активы. В 2015 г. чистые оборотные активы составляли 72,4 % в общей сумме всех оборотных активов, а к 2017 г. их доля снизилась на 29,5 п.п. и составила 42,9 %. В соответствии с этим возрастает доля заемного капитала при финансировании оборотных активов. В составе этого заемного капитала большая часть приходится на кредиторскую задолженность.

Оценить эффективность использования оборотных активов помогают [показатели рентабельности](#). Общая рентабельность оборотных активов в 2015 г. она составляла 38,5 %, в 2017 г. она составила только 1,5 %. Значительно снизившиеся показатели прибыли до налогообложения повлияли на это изменение. Стоит отметить, что рентабельность общая значительно ниже значений рентабельности, рассчитанных по прибыли от продаж. Значит, прочая деятельность принесла организации дополнительные расходы, которые снижают прибыль до налогообложения.

Подводя итоги, можно сказать что, проведенная оценка свидетельствует о сокращении эффективности использования оборотных активов организации.

Еще одним критерием оценки эффективности использования оборотных активов является фактор времени. Чем дольше оборотные средства находятся в денежной или товарной форме, тем ниже эффективность их использования. При длительном периоде обращения возникает риск неплатежей и срывов снабжения сырьем и материалами. Увеличение срока одного оборота и, вследствие, этого снижение количества оборотов свидетельствует о замедлении темпов развития организации, об ухудшении ее финансового состояния.

Чем быстрее осуществляется движение оборотных активов, тем короче период одного кругооборота, и тем меньше средств нужно организации для обеспечения процессов производства и обращения. Со временем это способствует высвобождению денежных ресурсов, которые ранее направлялись в запасы.

Высвобожденные денежные ресурсы повышают платежеспособность предприятия, улучшают его финансовое состояние [31].

Рассмотрим оборачиваемость оборотных активов и рассчитаем длительность производственного и финансового циклов.

Таблица 3

Длительность операционного и финансового цикла организации

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение (+, -)
Выручка, тыс. руб.	288865	226789	262230	- 26635
Себестоимость продаж, тыс. руб.	201564	200049	228963	27399
Среднегодовая величина запасов тыс. руб.	135027	184635	192136	57109
Среднегодовая величина дебиторской задолженности, тыс. руб.	26722	31217	32000	5278
Среднегодовая величина кредиторской задолженности, тыс. руб.	29650	34843	63015	33365
Оборачиваемость запасов, раз	1,49	1,08	1,19	- 0,30
период оборота запасов, дни	241,61	333,33	302,52	60,91
Оборачиваемость дебиторской задолженности, раз	10,81	7,26	8,19	- 2,62
период оборота дебиторской задолженности, дни	33,30	49,59	43,96	10,66
Оборачиваемость кредиторской задолженности, раз	6,80	5,74	3,63	- 3,17
период оборота кредиторской задолженности, дни	52,94	62,72	99,17	46,23
Операционный цикл, дни	274,91	382,92	346,48	71,57
Финансовый цикл, дни	221,97	320,20	247,31	25,34

Итак, показатели необходимые для расчета длительности операционного и финансового цикла изменились следующим образом. Выручка за период сокращается на 26635 тыс. руб., а среднегодовая величина запасов, дебиторской задолженности и кредиторской задолженности увеличиваются. По этим причинам происходит замедление оборота всех составляющих финансового цикла. Наибольший период оборачиваемости имеют запасы, в 2017 г. запасы совершали оборот за 302,5 дня, следовательно, они совершают 1,2 оборота в год. Данный показатель имеет наибольший прирост за период. Данная ситуация объясняется сельскохозяйственной направленностью деятельности нашей организации.

Дебиторская задолженность совершала в 2017 г. 8 оборотов. Кредиторская задолженность оборачивается медленнее, то есть в 2017 г. она оборачивалась только 3,6 раза. Организация оплачивала свои обязательства каждые 99 дней в 2017 г.

Продолжительность операционного цикла характеризует общее время, в течение которого финансовые ресурсы находятся в материальной форме и в форме дебиторской задолженности. Операционный цикл в организации составляет 346,5 дней, что на 71,57 дней больше чем в 2015 г.

Финансовый цикл представляет собой время, в течение которого денежные средства отвлечены из оборота. Продолжительность финансового цикла характеризует время, в течение которого инвестированный капитал участвует в финансировании операционного цикла. Финансовый цикл имеет меньшую продолжительность и составляет 247,3 дня.

Снижение оборачиваемости активов способствует перерасходу этих активов, снижению объемов продукции и, в конечном счете, снижению получаемой прибыли. Эта ситуация наблюдалась в ОАО «МОК «Братковский» в 2016 г. оборотные активы замедлили свой оборот на 94,6 дней по сравнению с 2015 г., что отразилось на величине выручки и прибыли организации, так выручка сократилась на 21,5 %, а прибыль составила 30,6 % от уровня 2015 г.

Рост оборачиваемости, который произошел в 2017 г. способствует экономии, то есть сокращению потребности в оборотных активах, приросту объемов продукции и, в конечном счете, увеличению получаемой прибыли. При сравнении результатов оборачиваемости 2017 г. с показателями 2016 г. наблюдалось ускорение оборачиваемости на 32,6 дня, что разилось на величине выручки, которая увеличилась на 15,6 %, а прибыль при этом возросла на 24,4 %.

Таблица 4

Расчет экономического результата ускорения (замедления) оборачиваемости оборотных средств организации

Показатель	2015 г.	2016 г.	Абсолютное отклонение	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение
Выручка, тыс. руб.	288865	226789	- 62076	226789	262230	35441
Коэффициент роста продукции	-	0,785	-	0,785	1,156	0,371
Среднегодовая сумма оборотных активов, тыс. руб.	198654	216629	17975	216629	225680	9051
Оборачиваемость оборотных активов, дни	248,3	342,9	94,6	342,9	310,3	- 32,6
Коэффициент оборачиваемости	1,45	1,05	- 0,4	1,05	1,16	0,11
Коэффициент закрепления оборотных активов	0,69	0,96	0,27	0,96	0,86	- 0,1
Ускорение (-), замедление (+) оборачиваемости оборотных активов, дни	-	+ 94,6	-		- 32,6	-
Экономический результат ускорения (замедления) оборачиваемости, тыс. руб.	-	+ 59595	-		- 23746	-

Эффективная организация производственных запасов является важным условием повышения эффективности использования оборотных средств. Основные пути сокращения производственных запасов сводятся к их рациональному использованию; ликвидации сверхнормативных запасов материалов; совершенствованию нормирования; улучшению организации снабжения, в том числе путем установления четких договорных условий поставок и обеспечения их выполнения, оптимального выбора поставщиков, налаженной работы транспорта.

А так же принятие участия в выставках на местном и всероссийском уровне, и самостоятельно организованные выставки собственной продукции, собственный бренд, будут способствовать продвижению товаров на новые рынки сбыта.

Сокращение времени пребывания оборотных средств в незавершенном производстве достигается путем совершенствования организации производства, улучшения применяемых техники и технологии, совершенствования использования основных фондов, прежде всего их активной части, экономии по всем стадиям движения оборотных средств. ОАО «МОК «Братковский» активно занимается в данном направлении:

- улучшается материально-техническая база, строительство, реконструкция и модернизация животноводческих объектов, приобретение современной техники и оборудования, позволит сократить затраты на некоторые виды сырья, максимально эффективно использовать сырье;
- повышается уровень продуктивности животных, генетического потенциала и качества производимой животноводческой продукции на основе совершенствования существующего стада путем поглотительного скрещивания и завоза на территории МО высокопродуктивного племенного молодняка из-за рубежа;
- создаются условия для совершенствования и внедрения технологий, применяемых в животноводстве, в том числе привлечение научно-исследовательских учреждений к разработке и внедрению в производство новых технологий по разведению, содержанию и кормлению сельскохозяйственных животных.

Ускорение оборота оборотных средств позволяет высвободить значительные суммы, и таким образом увеличить объем производства без дополнительных финансовых ресурсов.

Библиографический список

1. Русецкая А. В. Управление источниками формирования оборотных средств предприятия / А. В. Русецкая // Управление корпоративными финансами. – 2014. – № 3. – С.4-5.
2. Шевченко Ю. С. Направления повышения эффективности использования оборотных активов ФГУП РПЗ "Красноармейский" им. А.И. Майстренко / Ю. С. Шевченко, В. А. Шевченко // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 6 (95). – С. 1276-1279.
3. Шевченко Ю.С. Оптимизация структуры источников финансирования оборотных активов ОАО "Сельскохозяйственная фирма "Победа"/ Ю. С. Шевченко, К. А. Квавилашвили // Агропродовольственная экономика. –2018. – № 4. – С. 7-12.
4. Герасименко О. А. Анализ финансово-экономического положения сельскохозяйственных организаций в контексте управления оборотным капиталом / О. А. Герасименко // Синергия Наук. – 2018. – № 29. – С. 511-517.

Экономика труда

УДК 331.54

Пильчук М.Д., Рубцов А.В., Безруких А. Д. Исторический опыт формирования человеческого капитала для базовых отраслей экономики в 1920-30-е годы посредством кинематографа (на примере металлургии)
 Historical experience of the formation of human capital for the basic sectors of the economy in the 1920-30s through the cinema (on the example of metallurgy)

Пильчук Мария Дмитриевна,

магистрант 1 курса обучения

Институт цветных металлов и материаловедения

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Россия, Красноярск,

Рубцов Александр Владимирович,

кандидат экономических наук,

Лесосибирский педагогический институт –

филиал ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Россия, Лесосибирск

Безруких Анастасия Дмитриевна,

студент 1 курса

Институт космических и информационных технологий

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Россия, Красноярск

Pilchuck, Marya Dmitrievna,

1st year master student

Siberian Federal University

Russia, Krasnoyarsk

Rubtsov Alexander Vladimirovich,

candidate of economic Sciences,

Lesosibirskij Pedagogical Institute - branch of Siberian Federal University

Russia, Lesosibirsk

Bezrukikh Anastasia Dmitrievna,

1st year student

Siberian Federal University

Russia, Krasnoyarsk

Аннотация. В статье проанализирован исторический опыт формирования человеческого капитала для базовых отраслей экономики в 1920-30-е годы; показана роль кинематографа, который в силу наглядности и убедительности экранного образа, был эффективным средством привлечения рабочих кадров и формирования человеческого капитала для металлургической промышленности и развития экономики страны.

Ключевые слова: человеческий капитал, индустриализация, промышленность, металлургия, рабочие кадры, советский кинематограф, 1920-30-е годы, агитация и пропаганда.

Abstract. *The article analyzes the historical experience of the formation of human capital for the basic sectors of the economy in the 1920-30s; shows the role of cinema, which due to the visibility and credibility of the screen image, was an effective means of attracting workers and the formation of human capital for the metallurgical industry and the development of the economy.*

Keywords: *human capital, industrialization, industry, metallurgy, workers, Soviet cinema, 1920-30s, agitation and propaganda.*

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. Рост эффективности экономики может обеспечить не только правильное определение направлений инвестирования, но и развитие всех элементов системы управления. Для этого нужно развивать человеческий капитал, развитие которого должно строиться на качественном обучении и привлечении компетентных сотрудников со стороны. При этом применительно к металлургической промышленности, акцент должен ставиться на обладании специальными навыками управления инвестиционной деятельностью в сочетании с технологическими компетенциями, интенсификации трудового процесса, минимизации ошибок. Параллельно необходимо развивать систему мотивации, корпоративную культуру, использовать эффективные методы управления персоналом [2]. (*Измайлова А.С.*

Теория человеческого капитала изучает процесс качественного совершенствования людских ресурсов, образуя один из центральных разделов современного анализа предложения труда. С ее выдвижением связан настоящий переворот в экономике труда.

Металлургическая промышленность является одной из базовых отраслей экономики. Предприятия данной отрасли вносят значительный вклад в создание валового национального продукта, в доходы бюджета, обеспечивают трудоспособное население рабочими местами, осуществляют социальные программы и др. Для экономики страны важно, чтобы эффективность их деятельности была высокой. В экономике России в начале XX века наблюдалось серьезное отставание в развитии всех видов промышленности на фоне США и стран Европы. В 1900-х основной причиной этому была недостаточная техническая оснащенность, в 1910-х страну один за одним постигали серьезные политические катаклизмы – Первая мировая война, революции, гражданская война и др. Когда политическую ситуацию в стране удалось стабилизировать, возникла необходимость восстанавливать промышленность и выводить ее на новый уровень, который позволил бы СССР конкурировать в объемах производства и экспорта с другими странами. Важно было сделать упор не только на техническую оснащенность предприятий, но и обратить внимание на рабочих, в большинстве своем не имевших абсолютно никакого образования. Развитие человеческого капитала должно строиться на качественном обучении и привлечении компетентных сотрудников. При этом применительно к черной металлургии, акцент должен ставиться на обладании технологическими компетенциями, интенсификации трудового процесса, минимизации ошибок.

Объекты и методы исследования. Проблема развития человеческого капитала для металлургической промышленности нашла отражение в многочисленных исследованиях, авторы которых (А.С.Измайлова, О.П.Недоспасова, О.А.Моисеева, А.В.Путилов, Е.В.Разгулина, Л.Н.Старикова и др.) отмечают важность ее решения для повышения эффективности экономики страны. Это было важно во все исторические периоды. Особого внимания заслуживает период становления советского государства – время усиленного внимания к экономическому развитию страны, к становлению разных отраслей промышленности, в том числе и металлургии. Исследователи социально-экономического развития нашей страны 1920-30-х годов (В.А.Гордеев, А.А.Гордеев, В.Н. Кучер, [А.Н.Макаров](#), [В.А.Чолохян](#) и др.) отмечают важность идеи строительства крупных промышленных предприятий для становления и развития нового социалистического общества. С начала первой пятилетки (с 1928 г.) создавались различные направления в металлургической промышленности (алюминиевая, никелевая, твердых сплавов, медная и др.). Основываются и развиваются металлургические заводы на Кузбассе, в Ленинградской области, на Урале, в Челябинске, в Казахстане и др.

В это время встает вопрос привлечения рабочих кадров для металлургической промышленности. Была развернута широкая агитация по привлечению рабочих на предприятия страны с использованием разных форм (митинги, собрания и др.) и средств (газеты, журналы, кинематограф и др.). Поэтому объектом исследования настоящей статьи является особенности формирования человеческого капитала для базовых отраслей экономики в 1920-30-е годы посредством кинематографа (на примере металлургии). В ходе исследования использовались методы: анализ литературы по проблеме исследования, ретроспективный, сравнительно-сопоставительный, обобщение.

Результаты. Большой процент неграмотного населения страны, недостаточная радиофикация осложняли работу по пропаганде рабочих профессий. Решению этой задачи способствовал кинематограф, достоинства которого были очевидными. Экранная пропаганда была наглядной, яркой и простой для восприятия широкого круга зрителей разного возраста и социального положения. Если книга, газета, плакат требовали умения читать, то фильмы были понятны всем, вызывая яркий эмоциональный отклик.

Для этого создаются и активно работают киностудии (Совкино, Мосфильм, Межрабпомфильм, Киевская киностудия, Госкинопром Грузии и др.), которые выпускают фильмы о строительстве металлургических заводов, отражающие развитие экономики страны и масштабное развертывание индустриализации.

В кинофильмах показывалось, как мощными темпами развивается экономика страны, идеализировался образ рабочего человека, прославлялся трудовой подвиг простого советского человека [4].

Кинематограф стал не только новым искусством и масштабным зрелищем, но и мощным средством информации, фиксирования событий [5]. Именно эти функции кинематографа были использованы при популяризации рабочих профессий и исследуемый период кинематограф становился инструментом формирования общественного мнения. Для этого просмотра фильмов старались сделать доступным для широкого круга зрителей: организовывали работу кинопередвижек, воскресные киносеансы, киносеансы за

счет профсоюзных организаций и др. Экранные образы героев способствовали не только выбору будущей профессии, но и формированию мировоззрения, воспитывали человека «нового времени».

Например, в фильме «Тревога» (1927 г., режиссеры - А.Усольцев-Граф, Е. Петров) повествуется об укреплении производственной дисциплины на металлургическом заводе, в фильме «Герои домны» (1928 г., режиссер – Е.Иванов-Барков) рассказывается о восстановлении разрушенного гражданской войной металлургического производства на примере одной доменной печи. Воздействие на зрителя в данной картине происходит благодаря созданию образов молодых людей, увлеченных масштабным строительством и понимающим его значение для будущего страны.

В идеологическом фильме «Огни Бессемера» (1931 г., режиссер -) показана борьба молодых рабочих заводов за повышение продуктивности труда и перевыполнение производственных показателей пятилетки на металлургическом предприятии. Тема металлургии в кинофильмах и кинохронике занимала особое место. В стране активно шло строительство доменных печей, что считалось показателем экономического развития: чем больше плавил сталь и чугун, тем развитие считалось экономика государства. Это находило отражение в кинематографе.

В художественном фильме «Секрет фирмы» (1934 г., режиссер -) главный герой - начальник уездной милиции Рубцов при поддержке товарищей – рабочих, преодолевая козни представителя иностранной концессии Лервинга, раскрывает секрет старых тиглей для металлургии и восстанавливает заброшенное предприятие. В конце фильма перед зрителями на месте старых развалин предстают светлые цехи нового советского предприятия. Фильм повествует о взаимовыручке и взаимопомощи на производстве, неравнодушии к делу и нетерпимости к врагам нового государства.

Кинокартины иллюстрируют исторически значимые события, происходящие в России в 1920-30-е годы. Воздействие на молодого зрителя осуществлялось благодаря реалистичности картин, иллюстрируя героизм на рабочих местах, ради будущего своей страны.

Художественные фильмы в исследуемый период обладали «могущественным средством показать саму жизнь во всей ее комплексной сложности», показывая действительность «путем подбора эпизодов и искусством монтажа» [1, с. 9]. Общеизвестно, что получаемая человеком информация воспринимается и лучше запоминается, если она усваивается посредством разных способов (слух, зрение). Соединяет это воедино именно кинематограф. В кинофильме эффект воздействия достигается через звук и динамичность картинки. Поэтому фильм конца 1920 – начала 1930-х годов, интересен и понятен по сей день [3].

Заключение. Проведенный анализ позволил показать, что кинематограф указанного периода играл значительную роль в привлечении рабочих кадров на производство. Художественные фильмы и кинохроника, созданные в исследуемый период, и сейчас производят сильное впечатление. Все вышесказанное подтверждает, что 1920-30-е гг. стали периодом мощного развития кинематографа, посредством которого государство осуществляло просвещение населения и идеологическое воспитание. В силу наглядности и убедительности экранного образа, огромной агитационно-пропагандистской мощи кинематограф был

эффективным средством привлечения рабочих кадров и формирования человеческого капитала для базовых отраслей экономики для развития экономики страны.

Библиографический список

1. Жинкин Н.И. К вопросу о методике построения учебной фильмы // Детское кино. – 1930. – С. 9-17. 2
2. Измайлова А.С. Развитие человеческого капитала как условие повышения эффективности инвестиционной деятельности метамургических предприятий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2017. – Т.1. - № 11Ф. – С. 25-34
3. Лобанова О.Б., Плеханова Е.М. Колокольникова З.У. Гончарова Т.М. Роль кинематографа в организации идеологической и культурно-просветительской работы с подрастающим поколением в 20-30- Е ГГ. XX в. в Сибири// Проблемы современного педагогического образования. Серия: Педагогика и психология. – Сборник научных трудов: – Ялта: РИО ГПА, 2017. – Вып. 55. – Ч. 9. – С.100-107
4. [Макаров А.Н.](#) Индустриализация и формирование «нового» человека в изображении фото- и кинохроники 1930-Х ГГ. (по материалам Магнитогорска) // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2011. - №1 (31). – С.113-125
5. Федюк А. В. Советская система кинопроизводства и кинопроката в 1920-е - 1930-е гг.: дисс. к. и. н. – Новосибирск. - 2009. - 276 с.

Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 338.24

Батьковский М.А., Кравчук П.В., Стяжкин А.Н. Оценка экономической
эффективности инновационного производственного развития
радиоэлектронной промышленности

Evaluation of the economic efficiency of innovative production development of the radio-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. В статье рассматриваются методологические основы и инструментарий оценки экономической эффективности инновационного производственного развития предприятий радиоэлектронной промышленности. Целью исследования является разработка (развитие) отраслевой системы качественных и количественных индикаторов и показателей оценки его эффективности в современных сложных экономических условиях развития России. В основу методологии решения данной задачи положены методы экономического анализа и теории инновационного развития. В результате проведенного исследования определены методические положения и принципы оценки экономической эффективности инновационного производственного развития радиоэлектронной промышленности. Представлена система индикаторов и показателей количественной оценки

данной эффективности.

Ключевые слова: экономическая эффективность, оценка, инновационное развитие, радиоэлектронная промышленность, предприятие.

Abstract. The article discusses the methodological foundations and tools for assessing the economic efficiency of innovative production development of enterprises of the radio-electronic industry. The aim of the study is to develop (develop) an industry system of qualitative and quantitative indicators and indicators to assess its effectiveness in the current difficult economic conditions of Russia. The methodology of solving this problem is based on the methods of economic analysis and the theory of innovative development. As a result of the study, the methodological provisions and principles of assessing the economic efficiency of the innovative production development of the radio-electronic industry are determined. The system of indicators and indicators of quantitative assessment of this efficiency is presented.

Keywords: economic efficiency, evaluation, innovative development, radio-electronic industry.

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

Современной радиоэлектронике, как высокотехнологичной отрасли промышленности, присущ интенсивный инновационный характер развития и переход на качественно более высокий технологический уровень [1]. В Государственной программе Российской Федерации «Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013-2025 годы» отмечается, что достижение её целей и системное решение поставленных задач обеспечит формирование к 2025 году качественно нового, инновационного облика отечественной радиоэлектронной промышленности (РЭП), обеспечивающей устойчивое социально-экономическое развитие страны и повышение качества жизни населения [2]. В соответствии с ее задачами определены целевые индикаторы и показатели инновационного производственного развития радиоэлектронной промышленности на указанный период. Для оптимизации управленческих решений, регламентирующих инновационное развитие предприятий отрасли, в настоящее время используется отраслевая система качественных и количественных индикаторов и показателей оценки его эффективности. Она применяется в процессе анализа, прогноза, мониторинга этого развития [3; 4]. Данная система должна соответствовать существующим реалиям и поэтому постоянно совершенствуется с учётом новых задач и меняющихся условий реализации в отрасли инновационных мероприятий. В данной статье представлены результаты исследования, которые являются новым этапом в развитии рассматриваемой системы с учетом индикаторов Государственной программы Российской Федерации «Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013-2025 годы» и изменившихся условий развития РЭП.

Основные методические положения и принципы оценки экономической эффективности инновационного производственного развития радиоэлектронной промышленности

Оценка экономической эффективности инновационного производственного развития РЭП базируется на расчете целевых индикаторов и показателей, характеризующих результаты и затраты реализации

инновационных мероприятий предприятиями отрасли [5]. Она осуществляется на основе анализа эффективности использования компонентов потенциала инновационного развития: трудовых, материальных и финансовых ресурсов предприятий отрасли. Одной из важнейших целей рассматриваемого анализа является улучшение финансово-экономического положения инновационно-активных предприятий отрасли и рост уровня их инновационной активности [6]. Основными факторами, способствующими повышению этого уровня, являются:

- ускорение внедрения результатов НИОКР в массовое производство [7];
- оптимизация инновационной производственной деятельности [8];
- рост уровня конкурентоспособности отгруженной потребителям промышленной продукции на рынках радиоэлектроники по технологическим параметрам её производства и эксплуатации [9];
- увеличение доли инновационной продукции в отгруженной потребителям промышленной продукции, создаваемой предприятиями радиоэлектронной промышленности [10].

Оценка экономической эффективности инновационного производственного развития радиоэлектронной промышленности должна, по нашему мнению, учитывать следующие принципы:

- возможность проведения оценки применительно к различным организационно-производственным уровням управления инновационным производственным развитием: отдельное предприятие; группа предприятий; интегрированная структура и РЭП в целом;
- минимизацию количества основных индикаторов и показателей инновационного производственного развития. Это позволит сократить время и трудоёмкость определения и анализа отчётных показателей, а также разработки их плановых значений и соответствующих мероприятий по их достижению в рамках реализации программ инновационного развития;
- достижение необходимой сопоставимости основных экономических показателей уровней инновационного производственного развития;
- возможность дополнения, при необходимости, показателей, конкретизирующих предлагаемый перечень основных индикаторов и показателей оценки экономической эффективности инновационного производственного развития радиоэлектронной промышленности с учётом специфики инновационной деятельности конкретных предприятий;
- наличие статистической отчётной информации по инновационной производственной деятельности предприятий РЭП [11; 12].

Источником исходной информации при определении индикаторов и показателей оценки экономической эффективности инновационного производственного развития РЭП является ежегодная отчётность предприятий по форме федерального статистического наблюдения №4-инновация «Сведения об инновационной деятельности организации». Данная оценка должна производиться применительно ко всему промышленному производству, то есть ко всем предприятиям РЭП, имеющим отгруженную потребителям промышленную продукцию [13]. К таким предприятиям относятся: производственные предприятия,

включающие серийные и опытные заводы; научно-производственные предприятия, а также научно-исследовательские институты и конструкторские бюро, имеющие производственные мощности (опытные производства, производственные цехи, участки, линии и т.д.). Доля продукции научно-производственных предприятий в общем объёме отгруженной потребителям продукции РЭП составляет: по всей промышленной продукции – от 30% до 40%, в том числе по инновационной продукции – от 40% до 45%. Отмеченное обстоятельство является специфической характеристикой промышленного производства РЭП, как высокотехнологичной, наукоёмкой отрасли промышленности [14].

С учётом ориентированности рассматриваемой оценки экономической эффективности на рыночную реализацию промышленной (в том числе инновационной) продукции, а также наличия статистической отчётной информации по инновационной деятельности предприятий отрасли, из основных видов промышленной продукции предприятий выбрана промышленная (в том числе инновационная) продукция собственного производства, отгруженная или отпущенная потребителям в порядке продажи, а также прямого обмена, в фактических отпускных ценах. В зарубежной практике отгруженная потребителям продукции считается продукцией, реализованной на рынке сбыта. Она используется при определении всех предлагаемых индикаторов и показателей при оценке экономической эффективности.

С учётом особенностей инновационной производственной деятельности различных предприятий РЭП, в целях обеспечения сопоставимости и достоверности уровней их показателей экономической эффективности инновационного производственного развития, все предприятия РЭП классифицируются на укрупнённые группы по соответствующим признакам [15; 16]:

1) по отраслевой принадлежности:

- предприятия электронной промышленности;
- предприятия радиопромышленности;
- предприятия промышленности средств связи;

2) по организационно-правовой форме функционирования:

- предприятия, входящие в интегрированные структуры;
- предприятия, не входящие в интегрированные структуры;

3) по виду основной деятельности:

- производственные предприятия;
- научно-производственные предприятия;

4) по размеру с учётом среднесписочной численности работников:

- малые предприятия с численностью работников не более 100 чел.;
- средние предприятия с численностью работников от 101 до 1000 чел.;
- крупные предприятия с численностью работников от 1001 чел.;

5) по степени участия в инновационной производственной деятельности – предприятия с долей объёма инновационной продукции в общем объёме отгруженной потребителям промышленной продукции:

до 5%; от 5% до 15%; от 15% до 25%; от 25% до 50%; от 50% до 80%; более 80%.

Основные целевые индикаторы экономической эффективности инновационного производственного развития РЭП: сущность и методы определения

Для общей оценки экономической эффективности инновационного производственного развития РЭП и её предприятий можно использовать следующие основные целевые индикаторы, которые соответствуют полностью или близки по экономическому смыслу целевым показателям Госпрограммы:

- *производительность труда по отгруженной потребителям промышленной продукции.* Индикатор характеризует эффективность использования трудовых ресурсов. Он определяется как средний объём отгруженной потребителям промышленной продукции, приходящийся на одного работника в год [17];

- *экономическая эффективность производства инновационной продукции.* Данный индикатор характеризует эффективность использования затрат на технологические инновации. Он определяется как средний объём инновационной продукции, отгруженной этими предприятиями потребителям, приходящийся на 1 рубль общих (капитальных и текущих) затрат на технологические инновации в год, в рублях. В экономическом смысле данный показатель является обратным показателю затратноёмкости производства единицы продукции [18];

- *технологическая новизна отгруженной потребителям промышленной продукции.* Указанный индикатор характеризует инновационный уровень промышленной продукции, отгруженной потребителям. Он отражает её конкурентоспособность по технологическим и техническим параметрам производства и эксплуатации (уровню технологии, степени функциональности, качеству, надёжности, ресурсосбережению, экологичности и т.п.), а также эффективность внедрения результатов НИОКР в промышленное производство. Показатель определяется как доля инновационной продукции в общем объёме отгруженной потребителям инновационной продукции, в процентах. Следует отметить, что, уровень этого индикатора оказывает значительное влияние на производительность труда и экономическую эффективность производства инновационной продукции [19];

- *экспортная ориентированность инновационного производства.* Индикатор отражает уровень потребительского спроса на производимую инновационную продукцию на зарубежном рынке сбыта, а также конкурентоспособность данного инновационного производства на этом рынке и степень его соответствия требованиям международных стандартов. Он определяется как доля экспортной инновационной продукции в общем объёме отгруженной потребителям инновационной продукции, в процентах [20].

Следует отметить, что в отечественной и зарубежной практике рассмотренные индикаторы являются важнейшими показателями оценки инновационной составляющей развития промышленного производства, а его уровень определяет степень участия предприятия или укрупнённой группы предприятий в инновационной производственной деятельности.

Заключение

Результаты практической реализации представленной отраслевой системы качественных и

количественных индикаторов и показателей оценки эффективности инновационного производственного развития РЭП при проведении сравнительного анализа с общепромышленным производством свидетельствуют, что в радиоэлектронной промышленности Российской Федерации:

- достигнута высокая наукоёмкость производства инновационной продукции (70% против 15%-20% в общепромышленном производстве), что соответствует передовому зарубежному уровню;
- заметно более низкие (в 2-3 раза) удельные затраты на техперевооружение производства для выпуска отгруженной потребителям инновационной продукции, что свидетельствует о более эффективном использовании инвестиций;
- более высокая затратноёмкость производства единицы продукции, что в соответствующей степени снижает уровень экономической эффективности производства инновационной продукции в отрасли.

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. Государственная программа Российской Федерации «Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013-2025 годы». Утверждена распоряжением Правительства РФ от 15.12.2012 г. № 2396-р.
3. Батьковский А.М. Моделирование программ инновационного развития радиоэлектронной промышленности // Вопросы радиоэлектроники. 2011. Т. 2. № 2. – С. 163-173.
4. Петросян М.О., Хасанов Е.В. Роль экономической эффективности в управлении предприятиями высокотехнологичных отраслей // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2016. Т. 1. № 12. - С. 552-554.
5. 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.
6. 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.
7. Устинова Л.Н., Устинов А.Э. Современные проблемы инновационного развития предприятия // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 2. - С. 431-444.
8. Сыщикова Е.Н. Комплексный подход к оценке эффективности работы промышленного предприятия // Организатор производства. 2016. № 3 (70). - С. 71-82.

9. 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).

10. Чиркова Д.О. Методика определения эффективности мероприятий по повышению уровня инновационного потенциала // Управление инновациями: теория, методология, практика. 2012. № 3. - С. 47-52.

11. 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.

12. Сулейманов А.А. Современные подходы к оценке эффективности реализации федеральных целевых программ в инновационных отраслях промышленности // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Т. 8. № 3А. - С. 215-221.

13. Дмитрик Е.Г. Комплексный методологический подход к формированию и оценке инновационного потенциала // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2018. Т. 14. № 12 (369). - С. 2300-2316. DOI: [10.24891/ni.14.12.2300](https://doi.org/10.24891/ni.14.12.2300).

14. Бажанова М.И. Оценка эффективности инновационного развития промышленной интегрированной структуры с учетом вариативности факторов внешней и внутренней среды // Экономика в промышленности. 2014. № 3. С. 4-9.

15. 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.

16. Ларин С.Н. Научно-технические программы: подходы к организации мониторинга и оценке эффективности // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. Т. 11. № 8 (293). - С. 24-32.

17. Здольников С.В., Бабкин А.В. Методика оценки инновационного потенциала интегрированных промышленных структур // Экономика и управление. 2017. № 8 (142). - С. 54-66.

18. 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](https://doi.org/10.18334/ce.11.8.38207).

19. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Булава И.В. Анализ динамики и эффективности интеграции производства вооружений и военной техники // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 1. - С. 2-11.

20. Емельянов О.О. Концептуальная модель оценки эффективности инновационной деятельности // Фундаментальные исследования. 2014. № 11-7. - С. 1604-1608.

УДК 33

Потеев А.Т., Попович О.Н. Модернизация основного производственного капитала и технологий – главное условие экономического роста современной экономики России

Industrial capital modernizing and technology innovation are principal conditions for Russian economical growth

Потеев Артур Тихонович

к.э.н., профессор кафедры экономической теории
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления

Попович Ольга Николаевна

магистрант
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления
Poteev Arthur Tikhonovich
Ph.D., Professor, Department of Economic Theory
FSAEI of HE "Crimean Federal University
named after V.I. Vernadsky
Institute of economics and management
Popovich Olga Nikolaevna
master student
FSAEI of HE "Crimean Federal University
named after V.I. Vernadsky
Institute of economics and management

Аннотация. В статье авторы изложили результаты проведенного ими пофакторного анализа динамики основных макроэкономических показателей в России за 2014 - 2017 года. Утверждается, что полученный за эти годы рост ВВП, является преимущественно результатом экстенсификации основного капитала. При этом выявлено, что качественное состояние основных производственных фондов в целом и по отраслям ухудшается. Техника и технология обновляются чрезвычайно медленно. Развитие экономики натолкнулось на формационный порог. Национальное хозяйство втягивается в бифуркационный период. Необходима новая парадигма экономического развития и комплексное обновление как средств производства, так и всей институциональной системы, воздействующей на прогресс производительных сил. В равной степени это относится к материальной базе, к качеству рабочей силы и хозяйственному механизму управления экономикой.

Ключевые слова: модернизация основного капитала, технологическая инновация, фондоотдача, фондоемкость, экономический рост, факторы роста

Abstract. In the article, the authors presented the results of their factor analysis of the dynamics of the main macroeconomic indicators in Russia for 2014-2017. It is argued that the growth of GDP obtained over the years is mainly the result of the extension of fixed capital. At the same time, it was revealed that the quality of the basic production assets as a whole and by industry deteriorates. Technique and technology are updated extremely slowly. Economic development hit the formation threshold. The national economy is being drawn into the bifurcation period. A new paradigm of economic development and a comprehensive renewal of both the means of production and the entire institutional system affecting the progress of the productive forces are needed. This applies equally to the material base, to the quality of the workforce and to the economic mechanism of economic management.

Keywords: *capital modernizing, technology innovation, yield of capital investment ratio, capital output ratio, economical growth, growth factors*

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

Введение. В производственной функции Кобба-Дугласа, отражающей взаимосвязь факторов капитала, труда, интегрированы основные условия создания общественного продукта. В наиболее общем виде формула произведенного продукта (Y) представлена следующим образом:

$Y = A(K^a, L^b)$, где:

A – коэффициент интегральной продуктивности факторов;

K – объем затраченного капитала;

L – количество затраченного труда;

a, b – эластичность факторов капитала и труда соответственно, определяемые примененной технологией.

Магистральная формула Кобба-Дугласа позднее учеными была дополнена другими факторами. В их числе: используемые в производстве природные условия, предпринимательский ресурс, ресурсы научно-технического прогресса. Несомненное значение в динамике роста общественного продукта имеют социальный фактор и внешние условия рыночной глобальной экономики. Теоретически сложной и дискуссионной остается проблема определения степени воздействия и особенности взаимозаменяемости каждого из выше перечисленных факторов. Практическое значение решения данной проблемы заключается в выборе приоритетного направления использования ограниченных ресурсов, а также условий и меры их взаимозаменяемости.

Основная часть. На каждом новом этапе экономического, социального и научно-технического развития национальной экономики производительность ресурса и, соответственно, степень воздействия на объем производства ВВП меняются. Количество ресурсов, имеющих в распоряжении общества, всегда ограничено. Их взаимозаменяемость предопределена главным образом технологией и качественным состоянием ресурса, а, точнее, его производительностью на тот или иной период времени. Производительность ресурса (труда, капитала, природного или предпринимательского и т.д.) постоянно меняется. Данный показатель каждого отдельного ресурса, в свою очередь, зависит как от уровня развития ресурса, так и от совершенства технологии и организации его использования в совокупном производственном процессе. В этом смысле качество любого производственного ресурса величина непостоянная. Как отмечал Н.Д.Кондратьев: «...величины, которые в процессе динамики кумулируются, накапливаются и в каждый данный момент образуют известный фонд. Такими величинами являются, во-первых, количество самодетального населения, во-вторых, национальный капитал... Уровень техники...

допускает косвенное измерение... хозяйственной жизни» [2; с.503-504]. Для каждого нового этапа развития экономики качество производственного ресурса, его производительность меняется.

Качество ресурса (i) или величина его производственной функции определяется по результирующему соотношению количества (y) произведенного продукта (j), которое потенциально возможно произвести при использовании единицы (r) того или иного (i) ресурса. По сути это потенциальная производительность (P_i) данного (i) ресурса, которую оцениваем по формуле: $P_i = Y_j : \sum r_i$

Очевидно, что производительность ресурса в изготовлении различных видов (j) продукции меняется. Это означает, что в общественном производстве национального продукта, например ВВП, влияние каждого из факторов производства также непостоянно. Оно связано как с производительностью ресурса (фактора), так и с отраслевой или видовой по деятельности структурой национальной экономики. Изменение отраслевой структуры производства приводит к изменению совокупной производительности труда, капитала, природного, предпринимательского и других ресурсов.

Структурные изменения в экономике приводят к замещению одного вида ресурса другим, более востребованным, более эффективным или наличествующим в большом количестве и менее дорогим. Здесь возникает необходимость учета экономической и производственной целесообразности взаимозамещения ресурсов. В многофакторной модели национального продукта указанное обстоятельство учитывается посредством коэффициента замещения используемых ресурсов (k_i). Таким образом, объем производимого национального продукта (Y) становится функционально зависимой величиной от производительности каждого ресурса (P_i) и степени их замещения (k_i): $Y = f(P_{кт}, P_{кк}, P_{кп}, \dots)$.

Диапазон замещения одного ресурса другим ограничен и зависит от состояния экономики, применяемой технологии, НТП, внутренних и внешних условий социально-экономического развития. Например, технологическое обновление производства путем внедрения высоких технологий, цифровизации, роботизации, нанотехнологий и т.п. качественно меняет производительность труда, капитала и других факторов производства. Научно-технический прогресс меняет коэффициент ресурсного замещения и производительность каждого из ресурсов, повышается интегральная величина их производительности. При расчете итогов этого сложного и длительного процесса изменений в каждом из факторов, их взаимосвязи, смене внутренних и внешних условий, как способствующих, так и сдерживающих процесс обновления, необходимо учитывать системность динамики, степень ее активности и состояние баланса ресурсов.

На современном этапе российская экономика развивается замедленными темпами прироста национального дохода – 1,5-2,0%. Воспользуемся ежегодными статистическими данными по экономике Российской Федерации и проанализируем динамику производительности важнейших факторов – основных фондов, труда.

Таблица 1

Основные макроэкономические показатели экономики Российской Федерации за 2014 – 2017гг.

Показатели	2014	2015	2016	2017
Валовой внутренний продукт в текущих ценах, млрд. руб.	79200	83233	86044	92037,2
Основные фонды в экономике, млрд. руб.	147430	160725	183404	194649
Годовая численность занятых, тыс. чел.	67813	72425	72065	72316

Источник: [3]

Итоги расчета динамики изменения макроэкономических показателей Российской Федерации за 2014 – 2017гг. сведены в таблицу 2.

Таблица 2

Динамика изменения результативности использования экономических показателей основных фондов и численности занятых в Российской Федерации за 2014 – 2017гг.

Показатели	2014	2015	2016	2017
Прирост ВВП по отношению к предыдущему году, млрд. руб.	-	+4033	+2811	+5993
Прирост ВВП по отношению к предыдущему году, %	100	105,1	105,1	106,7
Изменение фондоотдачи к предыдущему году, %	100	96,5	90,5	100,6
Изменение численности занятых, %	100	106,8	99,5	100,3
Изменение производительности труда к предыдущему году, %	100	98,4	103,9	106,6

Источник: рассчитано авторами на основе [3]

Факторный анализ прироста ВВП за период 2014 – 2017гг. позволил установить, что рост объемов ВВП за указанный период в размере 12837 млрд. рублей получен за счет следующих факторов: 1) за счет увеличения основных фондов на 22287 млрд. руб., при этом недополучено ВВП за счет снижения фондоотдачи на 12652 млрд. руб. Таким образом, прирост ВВП обеспечен путем экстенсивного фактора использования основных фондов.

За указанный период численность занятых в экономике возросла на 4503 тыс. человек, что дало возможность при прежней производительности труда получить 5259 млрд. руб. ВВП. Более благоприятно сказалась на итоговых результатах производительность труда. Ее увеличение способствовало получить 7578 млрд. руб. ВВП. В итоге факторного анализа приходим к выводу, что доминирующее воздействие на динамику роста (снижения) ВВП в 2015 – 2017гг. оказывало экстенсивное использование основных фондов. В результате снижения показателя фондоотдачи недополучено 12652 млрд. рублей валового внутреннего продукта Российской Федерации.

Не ограничиваясь макроэкономическими показателями использования основных фондов, рассмотрим современное состояние производственных фондов и сложившейся динамикой их обновления.

Неустойчивая динамика сохранится настолько долго, насколько будет интенсивным или замедленным процесс инноватизации в основных средствах производства и их внедрении в технологии изготовления массовой продукции. Проводником достижений научно-технического прогресса во все сферы производства является машиностроение, замена рабочих машин и технологий.

В «Концепции формирования Государственной комплексной программы развития машиностроения России» отмечается, что до 2020г. оно будет способно обновлять машины и оборудование во всех отраслях производства каждые 7–10 лет, определяя в них темпы роста производительности труда [4]. В настоящее время в машиностроении изношено около 50% основных фондов (Табл. 3). Непосредственно износ машин и оборудования составил: в производстве машин и оборудования – 52,5%; в производстве электро-, электронного и оптического оборудования – 57%; в производстве транспортных средств и оборудования – 63,9%.

Таблица 3

Степень износа основных фондов в машиностроении Российской Федерации, (%)

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Производство машин и оборудования	44,0	44,9	41,8	42,1	41,9	41,5	41,2
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	47,4	47,3	47,5	46,8	46,9	47,0	45,3
Производство транспортных средств	49,3	53,2	52,4	51,0	49,3	49,6	48,1

Источник: по данным Федеральной службы государственной статистики [3]

Насколько эффективно решается проблема инновации основных фондов, можно судить по динамике коэффициентов обновления и выбытия (Табл. 4). Коэффициенты обновления основных фондов существенно превышают коэффициенты их выбытия, но в сравнении с уровнем износа значения этих показателей остаются явно недостаточными.

Таблица 4

Динамика коэффициентов обновления и выбытия основных фондов в машиностроении

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Коэффициенты обновления основных фондов							
Производство машин и оборудования	12,0	14,7	14,4	15,3	15,6	15,0	14,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	11,0	11,9	13,2	13,3	11,6	10,8	13,1
Производство транспортных средств	8,2	8,7	8,8	9,6	9,1	8,9	9,9
Коэффициент выбытия основных фондов							
Производство машин и оборудования	1,0	1,0	1,1	1,2	0,9	0,9	1,2
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	1,0	1,2	1,2	1,3	1,1	0,9	1,3
Производство транспортных средств	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,8

Источник: составлено авторами по данным Федеральной службы государственной статистики [3]

В настоящее время технологическая база машиностроения составляет десятую часть от числа разрабатываемых технологий в конце 80-х годов. Темпы создания новых технологий существенно опережают темпы их внедрения. Менее 50% технологий, используемых в отечественном машиностроении, относят к базовым технологиям, способным создавать конкурентоспособную продукцию. К прогрессивным технологиям можно отнести не более 16-17%. При этом доля устаревших технологий более, чем в два раза превышает долю передовых технологий.

Большая часть новых технологий направлена на снижение материалоемкости продукции. В настоящее время создана техника, позволяющая экономить до 40% металла. Развиваются энергосберегающие технологии. В отраслях гражданского машиностроения энергоемкость продукции снизилась в среднем на 5,6%.

Инновационная деятельность практически не повлияла на снижение трудоемкости, которая в среднем по машиностроению увеличилась на 11,9%. Несмотря на это, потребности внутреннего рынка в машинах и оборудовании будут в основном обеспечиваться за счет импорта. Доля внутреннего рынка останется незначительной, к 2020 г. составит 12% по метаморежущим станкам и 7% по кузнечно-прессовым машинам.

В итоге внедрение новой техники и технологии достаточно длительное время не приводит к желаемому сокращению численности работников. Добавим к этому, что возникает социальная проблема при сокращении числа занятых работников. Снижение интенсивности трудового процесса работниками воспринимается позитивно. Однако у процесса сокращения численности занятых есть большое количество социальных препятствий. В итоге их влияния сокращается технологическая потребность в количестве рабочей силы и возрастает социальная необходимость обеспечения занятости. В итоге число занятых не сокращается, что должно бы быть под воздействием новых технологий.

Обновление основного капитала, инноватизация технологий достигается за счет, во-первых, достижений фундаментальных и прикладных наук и, во-вторых, за счет активного создания и внедрения новейших средств производства. Живой творческий и продуктивный интеллектуальный труд создает новый интеллектуальный продукт. Он может быть реализован только при условии его практического применения. Теория без практики мертва. Практическая необходимость активизирует научный поиск, изобретения и рационализаторство, то есть, весь комплекс инженерии. Технический и творческий талант проявляется и подпитывается, прежде всего, потребностями практики. С другой стороны, производственная практика, получает в свое распоряжение более совершенные средства производства только за счет новых научно-технических решений. В этом процессе сливаются в единое, неразрывное целое живой интеллектуальный труд и его овеществленное содержание в новых технологиях и производственных фондах. Затянувшийся процесс их соединения замедляет НТП в целом и по его отдельным составляющим. Тогда наука не в состоянии найти необходимые новые научные и инженерные решения, а практика не может получить более производительные средства труда. В итоге замедляется социально-экономический и технологический прогресс. Наступает фаза

замедленного и даже кризисного развития экономики. Теория кризисов широко представлена в трудах отечественных и зарубежных авторов.

Массовое и масштабное обновление средств производства в экономике приводит к появлению новых способов производства и новых социальных формаций. Однако до смены способа производства обществу предстоит перейти фазовый и формационный барьер. Наиболее содержательно такое состояние в мировой экономике отразил Н.Д.Кондратьев. Он писал: «... не было необходимых условий нормального развития почему... очень скоро мировое хозяйство натолкнулось на глубокие препятствия дальнейшему развитию». «Теперь это препятствие получило название «фазовый барьер» [2; с.188]. «Фазовый барьер – это совокупное «нагромождение» разноплановых проблем (научных, технологических, экономических, социальных), решение большей части которых возможно только в комплексе, нетрадиционными и системными методами и при значительных затратах общественного труда и времени. Фазовый барьер препятствует становлению нового, более прогрессивного технологического уклада и замедляет смену технологических укладов. Фазовые барьеры в технологиях, технике, кадровой квалификации, социальной ментальности, экологической политике в совокупности определяют формационный барьер».

«Формационный барьер» – это состояние бифуркационного периода общества и его производительных сил, в котором наличествуют «старые» и «новые» уклады. Это период борьбы и соперничества старого и нового в технологических, экономических, социальных процессах, определяющих динамику развития всего общества и всех его сторон жизнедеятельности. Экономика бифуркационного периода неустойчива, малодинамична. Революционные и эволюционные формы преодоления фазового барьера имеют свои достоинства и недостатки. Выбор между ними определяется, с одной стороны, институтами национального терпения, трудового усердия, общественного менталитета и, с другой стороны, внешней средой и внешними условиями. В любом случае, на преодоление фазового барьера, на период бифуркации требуются годы и десятилетия.

Популистские обещания, формирование надежд на быстрые решения создают иллюзии мгновенных изменений. В итоге они оказываются нереальными и приводят к массовому разочарованию и активизации протестных движений, ревизии всех неосуществленных программ. Тогда приходится все начинать сначала.

Выводы. Ускорение социально-экономического развития и достижение стабильного роста национального хозяйства Российской Федерации прежде всего определяется темпами комплексного и системного обновления основных производственных фондов. Производительность живого труда крайне ограничена человеческими ресурсами и может увеличиваться, главным образом, за счет интеллектуального ресурса и повышения качества рабочей силы.

Макроэкономическая динамика национального хозяйства России сдерживается современными фазовыми барьерами и нуждается в разработке и применении новой парадигмы развития производительных сил страны, адекватно и динамично реагирующей на меняющиеся внутренние и внешние условия.

Кроме научно-технических и современных технологических источников роста экономики страны, в более активной форме должны найти применение институциональные резервы общества, в числе которых базовые институты семьи, образования, собственности, государственности, общественного менталитета, социальной корпоративной ответственности и другие.

Библиографический список

1. Г.Галимова, ЛюБайгулина. Влияние бифуркационных процессов на социально-экономическое развитие региона / Ж.Региональная экономика: теория и практика. С.97 – 102.
2. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теории предвидения. Избранные труды / Н.Д.Кондратьев. Международный фонд Н.Д.Кондратьева и др.; Ред.колл. Абалкин Л.И. и др. – М., ЗАО «Издательство «Экономика», 2002. – 767 с.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru
4. Государственные программы // Станкоинструментальная промышленность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi/Fcp/ViewGP/View/2014/79/>.
5. Станкостроение в России: состояние, тенденции, перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.equipnet.ru/articles/power-industry/power-industry_348.html.

УДК 33

Потеева М.А., Казарина А.Г. Методологические проблемы диагностики состояния и эффективности использования основных фондов Республики Крым

Methodological problems of state and effective diagnosis fixed capital application into Crimea Republic

Потеева Марина Артуровна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления

Казарина Анастасия Геннадиевна

магистрант
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления

Poteeva Marina Arturovna
Ph.D., Associate Professor of the Department of Enterprise Economics
FSAEI of HE "Crimean Federal University
named after V.I. Vernadsky
Institute of economics and management
Kazarina Anastasia Gennadijevna
master student
FSAEI of HE "Crimean Federal University
named after V.I. Vernadsky
Institute of economics and management

Аннотация. Авторы статьи представили результаты анализа состояния и расчетов эффективности использования основных производственных фондов в Республике Крым за первые годы после воссоединения с Россией. Внесены коррективы в методологию оценки показателей «фондоотдачи» и «фондоёмкости» произведенного регионального продукта, что позволяет точнее учитывать годовой объем примененного основного капитала. Статья предназначена для студентов, преподавателей, исследователей и практиков, чья деятельность связана с региональной экономикой.

Ключевые слова: основные фонды, экономическая диагностика, экономика Республики Крым.

Abstract. The authors of the article presented the results of an analysis of the state and calculations of the efficiency of using basic production assets in the Republic of Crimea in the first years after reunification with Russia. Adjustments have been made to the methodology for estimating the indicators of "capital productivity" and "capital intensity" of the regional product produced, which allows us to more accurately take into account the annual volume of fixed capital used. The article is intended for students, teachers, researchers and practitioners whose activities are related to the regional economy.

Keywords: fixed capital, yield of capital investments ratio, economical diagnosis, effective.

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

Введение. В научной и методической литературе по вопросам диагностики производственной деятельности в значительной мере уделяется внимание диагностике различных видов деятельности производственных предприятий. Вместе с тем, следует отметить, что результаты работы конкретного предприятия в немалой степени зависят от окружающих его условий регионального и общенационального характера, от исторических условий того или иного периода функционирования организации. На региональном уровне может принципиально изменяться влияние различных факторов производства: капитала, труда, научно-технического прогресса, природных ресурсов.

Если на предприятии указанные факторы в коротком отрезке времени практически являются постоянными, то на региональном уровне они более волатильные, динамично меняются. Например, на результаты экономической деятельности региона сказывается отраслевая структура экономики. Отраслевая структура, в свою очередь, может меняться от одного года к другому по многим причинам. В их числе: изменения внешнеторговой политики государства, природно-климатических условий (особенно значимые для сельского хозяйства), погодных условий для туристической отрасли, изменения конъюнктуры мирового, национального или регионального рынков продукции, сырья, энергоресурсов и т.п. Каждый из видов деятельности вносит в валовый региональный продукт (ВРП) свою долю продукта. Изменения отраслевой структуры меняют величину ВРП, а значит, и результативность использования всех совокупных фондов региона. На региональном уровне затраты постоянного капитала (основных фондов), рабочей силы не в состоянии столь быстро изменяться и оперативно реагировать на преобразования структуры производимого ВРП, колебания рыночной конъюнктуры.

Спектр основных фондов на региональном уровне более обширен и разнообразен, что также отражается на специфике диагностирования состояния и использования фондов в регионе.

Основной материал. Основные фонды в региональной экономике по своему производственному назначению, согласно общероссийскому классификатору, подразделяются на следующие виды: одна часть – здания, сооружения, многолетние насаждения, затраты на содержание которых имеют постоянный характер и не меняются при изменении факторов регионального значения и объемов произведенного продукта. Другая часть основных производственных фондов состоит из рабочих машин, оборудования, транспортных средств, производственного инвентаря и используется при создании продукта. Динамика изменения по стоимости, качеству и интенсивности применения второй части принципиально важна при диагностике состояния основных фондов и при оценке результатов их применения.

Учитывая дифференцированный подход к активной и пассивной частям производственных фондов, внесем изменения в методологию регионального анализа производственно-экономических показателей использования фондов.

Фондоотдача (ФО) определяется по соотношению объема произведенного регионального продукта за год (ВРП) – «числитель» и скорректированной среднегодовой стоимости основных производственных фондов, примененных и использованных в годовом процессе производства (W_k) – «знаменатель».

Знаменатель критерия ФО, т.е. стоимость примененного капитала определим по формуле:

$$W_k = W_n + kW_a, \text{ где} \quad (1)$$

W_n – среднегодовая стоимость примененной пассивной части ОФ;

W_a – среднегодовая стоимость использованной и потребленной активной части ОФ;

K – коэффициент корреляции амортизированной за год остаточной стоимости активной части ОФ.

В этом случае показатель фондоотдачи рассчитывается по формуле:

$$FO = BVP : (W_n + kW_a) \quad (2)$$

Аналогично определяем показатель фондоемкости регионального продукта (ФЕ) как величину обратную фондоотдачи.

$$FE = (W_n + kW_a) : BVP \quad (3)$$

Фондооснащенность труда работников, создающих региональный продукт, необходимыми производственными фондами оценивается по критерию фондовооруженности (ФВ).

$$FB = (W_n + W_a) : N_p, \text{ где} \quad (4)$$

N_p – среднесписочная численность работников, занятых в экономике в течение года.

Традиционными методами оцениваем качество используемых основных фондов по показателям коэффициентов износа и обновления основных фондов.

Учитывая специфику современного периода инноватизации экономики, дополняем диагностику основных фондов показателями уровня инноватизационной активности в регионе. Российская статистика позволяет оценить степень инноватизации в регионе по числу организаций, осуществляющих различные виды инноватизации: технологическую, продуктовую, процессную, организационную и маркетинговую. Все указанные виды инноватизации в различной степени влияют на качество использования основных фондов. Динамика затрат на техническую инноватизацию, ее финансовые источники затрат, характеризуют степень участия страны, региона, предприятий в обновлении производственных фондов.

Применим представленную методику в диагностике состояния и эффективности использования основных фондов Республики Крым. Крым представляет наиболее характерный район по мобильности социально-экономических условий, применению производственных фондов в особый период с 2014 – 2017гг.

После воссоединения с Россией, регион получил возможность и крайнюю необходимость обновлять свои производственные фонды. После десятилетий запущения производственные фонды в Крыму оказались в состоянии чрезвычайной изношенности как физически, так и морально-технологически.

Оценку эффективности использования основных фондов Республики Крым выполним на основе статистических данных, приведенных в табл. 1.

Таблица 1

Основные производственные фонды Республики Крым и эффективность их использования в 2014 – 2017гг.

Показатели	2014	2015	2016
Фондоотдача основных производственных фондов, руб.	0,153	0,13	0,154
Индекс роста (снижения) фондоотдачи, %	100	84,9	118,5
Фондовооруженность труда, тыс. руб / чел		2272,7	2448,5
Индекс роста (снижения) фондовооруженности	100		107,8
Производительность труда, тыс. руб/чел		297,2	376,4
Индекс роста (снижения) производительности труда, %		99,5	126,6

Источник: рассчитано авторами на основании [2; с.21,23,41]

Неустойчивая динамика показателей эффективности использования основных фондов Крыма связана не только с незначительными объемами роста ВРП, но и с сформировавшимся к 2014г. качеством основных фондов. Степень их износа составляет 70 и более процентов. При этом важно отметить, что такой уровень устаревания фондов характерен для ведущих отраслей экономики Крыма (табл. 2).

Таблица 2

Степень износа основных фондов в % на конец года в Республике Крым

	2014	2015	2016
Степень износа основных фондов, % на конец года, в целом по Республике Крым	70,5	71,5	69,8
в т.ч. - в обрабатывающей промышленности	66,7	58,0	45,6
- сельское хозяйство, охота, лесное хозяйство	51,9	60,4	50,3
- производство, распределение электроэнергии, газа, воды	52,7	39,6	31,6
- транспорт и связь	95,1	98,5	96,1
Коэффициент ликвидации ОФ, в %	0,2	0,1	0,1

Источник: [2; с.22,24,26]

Еще в начале 90-х годов прошлого столетия отмечалось, что «Следствием... длительной инвестиционной политики явилось одряхлевшее состояние производственных мощностей предприятий Крыма. На многих из них уровень износа промышленного оборудования приблизился к 50%-ной отметке, а в металлургии составил 54,7%, в науке - -56,5%, в торговле – 90%» [3; с.81]. Сравнение с показателями 2014 – 2016гг. показывает, что за все годы «самостоятельной» власти в Крыму положение с состоянием основных производственных фондов только ухудшалось.

Баланс состояния основных фондов за анализируемый период характеризуется сопоставлением с темпом обновления и пополнения фондов в регионе. В 2014 – 2017гг. началось активное пополнение производственных основных фондов. Начали активнее функционировать промышленные предприятия городов Симферополя, Керчи, Феодосии, Евпатории. Динамика обновления фондов приведена в табл. 3.

Таблица 3

Степень обновления и пополнения основных производственных фондов в Республике Крым за 2014 – 2016гг.

Показатели состояния основных фондов в Республике Крым	2014	2015	2016
Ввод в действие основных фондов, млн.руб.	11692	25994	59444,7
Индекс роста ввода основных фондов, %	100	222,3	228,7
Коэффициент обновления основных фондов, %	0,9	1,3	2,9
в т.ч. – в обрабатывающей промышленности, %	8,3	8,1	24,3
- в сельском хозяйстве	14,7	5,9	10,9
- в финансовой деятельности	18,8	21,9	17,2
- в образовании	5,6	11,1	17,5

Источник: [2; с.24,25]

Статистические данные выразительно свидетельствуют, что началось ускоренное обновление основных фондов в Республике Крым. В значительной степени это происходит в промышленности, сельском хозяйстве. Но «лидирует» финансовый сектор.

Важно отметить также, замена основных фондов сопровождается инноватизацией как процесса производства, так и технологий, производственных фондов. Тем не менее следует подчеркнуть, что уровень инновационной активности предприятий остается крайне низким (табл. 4).

Таблица 4

Уровень инновационной активности организаций Республики Крым в 2015 – 2016гг.

Показатели инноватизации по видам	2015	2016
Число организаций, осуществляющих инновационную деятельность, в % к общему числу	13	16
Удельный вес организаций, осуществляющих технологическую инноватизацию, в % к числу обследованных	4,3	2,3
Удельный вес организаций, осуществляющих продуктовую инноватизацию, %	2,5	1,4
Удельный вес организаций, осуществляющих процессную инноватизацию, %	3,3	1,1
Удельный вес организаций, осуществляющих организационную и маркетинговую инноватизацию, %	6,9	0,9

Источник: [2; с.113]

Ежегодно в основные фонды Республики Крым возрастающим объемом вкладываются из разных источников (бюджетных, средств предприятий) значительные средства. Только за 2014 – 2017гг. их размер увеличился более, чем в 7 раз (табл.5).

Таблица 5

Инвестиции в основной капитал Республики Крым за 2014 – 2017гг.

	2014	2015	2016	2017
Инвестиции в основной капитал, млрд.руб.	26,446	47,582	74,795	195,376

Источник: [2; с.150]

Эффективность использования основных фондов и производства в целом выражается не только в соотносительных показателях: фондоотдачи и т.п. В конечном счете, важны общие показатели роста экономики региона. Их нельзя назвать головокружительными, но они все-таки позитивные. И это после долгих лет спада, впечатляет жителей Крыма. Сведем некоторые общие показатели роста экономики в табл.6.

Таблица 6

Некоторые итоговые показатели роста экономики Республики Крым за 2014 – 2016гг.

	2015	2016	2017
Темпы роста продукции обрабатывающей промышленности, в % к предыдущему году	127,2	94,1	110,3
Сельское хозяйство, охота, рыбное хозяйство	96,8	98,0	102,0
в т.ч. – валовый сбор зерновых, %	114,6	101,8	108,3
Из него - пшеница	117,6	103,1	113,9
- виноград	83,0	96,5	117,6
молоко	85,0	100,2	100,6

Источник: [2; с.84,95]

Выводы. Резюмировать можно общим положением. Экономика Республики Крым тяжело, порой неустойчиво, но набирает позитивные темпы развития. Активность обновления основных производственных фондов в начале пути. Но она уверенно продвигается вперед.

Библиографический список

1. Потеев А.Т. Макроэкономический обзор состояния народного хозяйства Крыма. Пути преодоления кризиса / Крым: настоящее и будущее: Сб. статей / под ред. Г.М. Фомина. – Симферополь: Таврия, 1995. – 368с.
2. Крым в цифрах. 2017 <https://crimea.ria.ru/economy/20181205/1115700060.html>
3. Статистический ежегодник Республики Крым. 2017
https://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/analiz_SE/macro/macro_2017-v13022018.pdf
4. Потеева М.А. Инноватизация основных фондов предприятия и методология ее оценки // М.А.Потеева, А.Толмачева. Инноватизационное развитие и модернизация экономики России и зарубежных стран. Сборник научных трудов по материалам 1 международной научно-практической конференции. 28 февраля 2017г. Орел. С. 103-111.
5. Потеев А.Т. Системная диагностика как важнейшее условие эффективного управления предприятием // А.Т.Потеев, М.А.Потеева. Культура народов Причерноморья. Научный журнал. - Симферополь, 2013. – №245. - 214 с. – С.18-23.

Экономическая теория

УДК 338.1

Абрамян С.А. Тенденции изменения уровня и качества жизни населения в России

Trends in the level and quality of life of the population in Russia

Абрамян Седа Арменовна

Магистрант

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

Abrahamyan Seda Armenovna

Master student

FSBEI of HE "Novosibirsk State University of Economics and Management" NINH"

Аннотация. В статье анализируются основные компоненты качества жизни населения России по таким показателям, как уровень доходов населения, индекс потребительских цен, среднемесячная заработная плата, величина прожиточного минимума, ВВП на душу населения, индекс человеческого развития. Выполнена оценка степени расслоения населения страны на основе анализа коэффициентов Джини и фондов. Целью выполненного исследования является определение основных тенденций в изменении качества жизни населения и оценка эффективности макроэкономической стратегии государства в области социально-экономического развития. В результате исследования определены основные проблемы, которые сдерживают повышение качества жизни населения в России.

Ключевые слова: качество жизни, номинальная и реальная заработная плата, неравенство и расслоение общества, ВВП на душу населения, коэффициент Джини и фондов.

Abstract. The article analyzes the main components of the quality of life of the population, the subsistence minimum, GDP per capita, human development index. To assess the degree of population stratification based on the analysis of Gini and stock market ratios. The basis of the research is the definition of the main trends in the field of ensuring the quality of life of the population and assessing the effectiveness of the state's macroeconomic strategy in the field of socio-economic development. As a result of the research, the main problems that inhibit the improvement of the quality of life of the Russian population are identified.

Keywords: quality of life, nominal and real wages, inequality and stratification of society, GDP per capita, coefficient of Gini and funds.

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»

Проблема повышения качества жизни населения любой страны является главной стратегической задачей развития общества на современном этапе. В настоящее время на основе анализа качества жизни населения определяется экономическое благосостояние и уровень социально-экономического развития любой страны, которые зависят от эффективной разработанной и реализованной макроэкономической стратегии экономики. Одной из важных задач в рамках макроэкономической стратегии Российской

Федерации также является обеспечение устойчивого и неуклонного повышения уровня и качества жизни населения.

Для определения анализа качества жизни населения в РФ будет использован объективный подход, основанный на использовании официальных статистических показателей, публикуемых Росстатом по Российской Федерации и других международных организаций. Оценив тенденции изменения уровня и качества жизни населения в России за период с 2013 года по 2017 год, определим эффективность макроэкономической стратегии в области социально-экономического развития.

Качество жизни объединяет многие аспекты уровня жизни, важнейшими из них выступают стандартные меры экономического благосостояния: доходы, средняя заработная плата, ВВП на душу населения, индекс развития человеческого потенциала.

Ниже представлена таблица 1 с основными показателями, характеризующие доходы населения России [4].

Таблица 1

Основные показатели, характеризующие доходы населения России

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Среднедушевые денежные доходы населения, в руб.	25 928	27766	30466	30747	31421
Темп прироста, в %	11,7	7,01	11,01	0,9	2,2
Реальные располагаемые денежные доходы населения, к предыдущему году	104,1	99,3	96,8	94,2	98,8
Величина прожиточного минимума, в руб.	7306	8050	9701	9828	10088
Темп прироста, в %	12,2	10,2	20,5	1,3	2,6
Индекс потребительских цен	106,47	111,35	112,91	105,39	102,51
Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, млн чел.	15,5	16,1	19,5	19,6	19,3
в % от численности населения	10,8	11,2	13,3	13,3	13,2

Среднедушевые денежные доходы населения имеют тенденцию к росту, за анализируемый период доходы выросли на 21,2 %, но при этом существенно снизился темп прироста данного показателя. В процентном выражении к предыдущему году реальные располагаемые денежные доходы также демонстрируют снижение, что отрицательно воздействует на уровень жизни населения. Еще одной негативной тенденцией является рост доли населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума на 24,5 % с

2013 года по 2017 год. Индекс потребительских цен также является важным показателем качества жизни, который отражает изменение стоимости жизни в стране, его значение достигло докризисного уровня и темп прироста снизился. Положительную динамику роста демонстрирует величина прожиточного минимума, за анализируемый период темп прироста составил 38,1%, но несмотря на это величина данного показателя остаётся достаточно низким, кроме того, темп прироста данного показателя существенно снизился.

Величина на душу населения по паритету покупательной способности является одним из важных индикаторов уровня жизни, его высокое значение положительно влияет на уровень жизни в целом в стране. На основании ежегодных публикуемых данных Международного валютного фонда Россия занимает 72 место, за год улучшила свое место в рейтинге на одну позицию, немного опередив такую страну как Суринам [6].

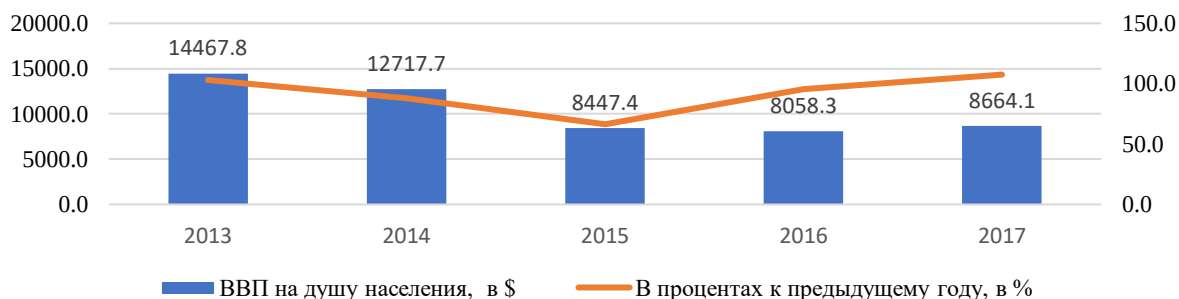


Рисунок 1. Динамика изменения ВВП на душу населения за период 2011-2017 гг.

Рисунок 1 наглядно иллюстрирует динамику показателя ВВП на душу населения по паритету покупательной способности, который позволяет сделать следующие выводы о развитии социально-экономических процессов:

- за анализируемый период ВВП на душу населения резко снизился на 59%, что говорит об ухудшении уровня и качества жизни;
- экономика страны находится еще в кризисе и за последние 2 года темп роста еще не восстановился;
- санкции и их последствия сильно сдерживают развитие социально-экономических процессов в стране, кроме того, внутренний дисбаланс не дает экономике работать эффективно.

В современном обществе важным показателем источников доходов является заработная плата, которая составляет в развитых странах более половины доходов населения. В России основная доля денежных доходов также приходится на заработную плату. На основе данных, представленных Федеральной службой государственной статистики Российской Федерации, проведем оценку роста номинального и реального значений средней заработной платы в РФ за период с 2013 по 2017 годы (рис.2). С учетом индекса потребительских расходов был произведен расчет реального среднего значения заработной платы, необходимо отметить, что Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации не

публикует абсолютные значения реального среднего дохода, а только в процентном соотношении [4].

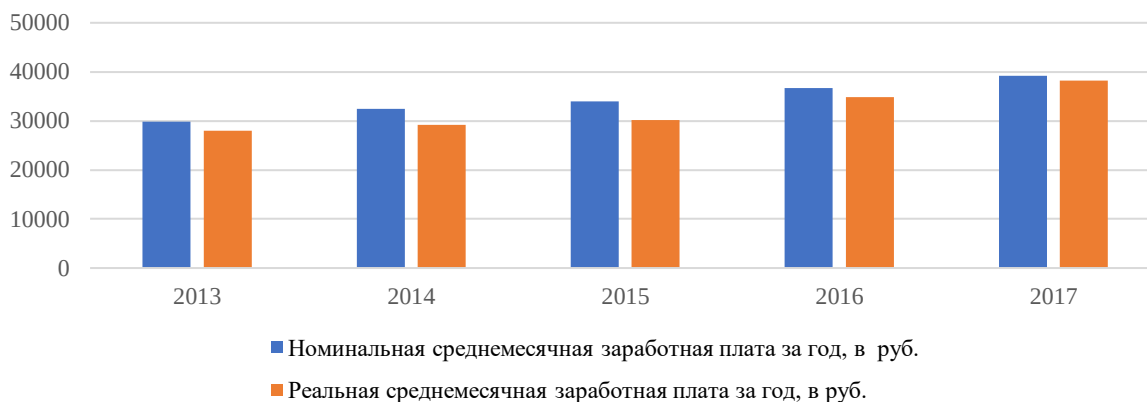


Рисунок 2. Динамика изменения номинальной и реальной среднемесячной заработной платы за 2013-2017 гг.

Номинальная и реальная среднемесячная заработная плата за исследуемый период демонстрирует положительную динамику роста, их рост в среднем составил 30% за данный период, но при этом темп прироста существенно снизился. Но несмотря на тенденцию роста показателей среднемесячной заработной платы, существует острые проблемы, которые негативно влияют на качество жизни населения и благосостояние страны и в настоящий момент все еще не устранены: неравномерный рост и высокая дифференциация среднемесячной заработной платы по субъектам РФ и видами деятельности. Наиболее высокий уровень оплаты труда в отраслях, занимающих монопольное положение на рынке, например, финансовая деятельность, добыча полезных ископаемых, производство и распределение газа и воды, а в таких социально значимых отраслях как образование, здравоохранение и сельское хозяйство значение среднемесячной номинальной зарплаты остается одной из самых низких и разрыв между ними не уменьшается.

Кроме того, проблема в неравномерном распределении средней заработной платы по субъектам РФ остается до сих пор неразрешенной, разрыв от минимального (24400 рублей в Северо-Кавказском округе за 2017 год) до максимального значения (48959 рублей в Дальневосточном федеральном округе за 2017 год) не уменьшается, то есть разница составляет более чем в 2 раза.

В таблице 2 представлена динамика показателей, характеризующих уровень жизни населения и степень расслоения населения: индекс человеческого развития, коэффициенты Джини и фондов [4].

Таблица 2

Основные показатели, характеризующие качество жизни населения России

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Индекс человеческого развития	0,803	0,805	0,804	0,811	0,816
Индекс Джини	0,419	0,416	0,413	0,412	0,411
Коэффициент фондов, в %	16,3	16,0	15,7	15,5	15,3

ООН ежегодно публикует доклад «Индексы и индикаторы человеческого развития», в котором названы 189 стран с наиболее высоким уровнем человеческого развития, Россия в данном рейтинге по итогам 2017 года занимает 49 место, уступив Оману [5]. Основной причиной сдерживающий увеличение индекса человеческого развития является невысокая продолжительность жизни населения по сравнению с развитыми странами.

На сегодняшний день самым информативным индикатором социального неравенства является индекс Джини. Он наиболее точно показывает, насколько равномерно распределяются доходы между гражданами страны. В России данный показатель демонстрирует снижение, но он еще достаточно высокий и его значение составляет 0,411 в 2017 году, он еще не достиг докризисного значения 2008 года, кроме того, достаточно высокое значение индекса Джини замедляет экономический рост и ухудшает благосостояние населения. Коэффициент фондов, характеризующий степень расслоения общества, имеет тенденцию к снижению, однако по рекомендации ООН он не должен превышать 8-10%, а в России он равен 15,3% в 2017 году, что говорит о наличии сильного неравенства в распределении доходов между богатыми и бедными.

Исходя из анализа уровня жизни населения по основным показателям можно сказать, что в целом макроэкономическая стратегия государства в области социально-экономического развития недостаточно эффективна и не обеспечивает улучшений качества жизни населения. Можно сказать, что по стране уровень жизни населения вернулся к уровню жизни 2009-го года, реальное благосостояние и экономическое состояние населения не улучшилось, снизился экономический рост страны, а возврат к докризисному уровню будет возможен лишь через несколько лет.

Несмотря на положительные тенденции роста показателей доходов в РФ существуют нерешенные острые проблемы, которые крайне негативно влияют на качество жизни населения и благосостояние страны: высокая доля населения с низкими доходами, высокая степень расслоения общества, крайне неравномерное распределение доходов между богатыми и бедными, высокая дифференциация среднемесячной заработной платы по субъектам РФ и видами деятельности. Помимо этого, существуют другие проблемы, которые сдерживают повышение качества жизни населения в РФ: нестабильная экономическая ситуация в стране, низкий размер минимальной оплаты труда, высокая инфляция, санкции, сырьевой характер, низкие значения минимальной оплаты труда, высокая просроченная задолженность работодателей.

В такой сложившейся экономической ситуации как никак возрастает роль государства, одной из

главных целей которой является обеспечение и повышение уровня качества жизни населения, но на сегодняшний момент социально-экономическая политика государства оказалась достаточно непродуманной, так как платежеспособный спрос снизился, реальные доходы населения фактически не растут, индекс потребительских цен имеет достаточно высокие значения - все это способствует к обострению еще одной проблемы: усиление экономической бедности, когда работоспособные граждане не могут обеспечить социально приемлемый уровень благосостояния из-за низкой заработной платы или задержек с ее выплатой. На данном этапе необходимо быстрее восстановить уровень доходов и максимально стимулировать экономический рост с помощью эффективных государственных программ, направленных на увеличение величины прожиточного минимума, социальных пособий, пенсий, обеспечение минимальных социальных гарантий, развитие способностей граждан, обеспечение полной занятости, развитие малого и среднего бизнеса.

Библиографический список

- 1 Бутузова А. С. Анализ среднемесячной заработной платы в Российской Федерации// Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. №5. С. 31-33.
- 2 Ляскин Г.Г., Шабашев В.А. Подходы к оценке роли монополии на рынке труда: региональный аспект// Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2016. № 2. С. 169-179.
- 3 Соболев Т.А. Современный уровень и качество жизни населения// Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2018. №2 (25) С. 7-14.
- 4 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/. (20.01.2019)
- 5 Официальный сайт Программы Развития ООН [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en>. (22.01.2019)
- 6 Официальный сайт Международного валютного фонда [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.imf.org/external/russian/index.htm>. (18.01.2019)
- 7 Уровень жизни населения России и стран мира в 2017 году [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://subscribe.ru/group/na-zavallinke/1418536>. (20.01.2019)

УДК 332.01

Тополева Т.Н. Концептуальные основы сбалансированного
экономического развития регионов

Conceptual framework for a balanced economic development of regions

Тополева Татьяна Николаевна

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Удмуртского
филиала Института экономики Уральского отделения РАН

Topoleva Tatyana Nikolaevna

Candidate of economics, research associate, Udmurt branch of Institute of Economics of Ural Branch of
RAS

Аннотация. В статье рассмотрена эволюция взглядов западных и российских ученых на вопросы теории региональной экономики, сбалансированного социально-экономического развития территорий, пространственного равновесия, факторов размещения производительных сил, межрегионального взаимодействия, формирования производственных и непроизводственных пропорций развития, согласованности экономических процессов в контексте территориальной обособленности.

Ключевые слова: региональная экономика, социально-экономическое развитие, территория, межрегиональные диспропорции, сбалансированность, факторы регионального развития.

Abstract. The article considers the evolution of the views of western and Russian scientists on the theory of regional economy, balanced social and economic development of the territories, spatial equilibrium, factors of placement of productive forces, interregional integration, formation of production and non-production developmental proportions, coordination of economic processes in the context of territorial isolation.

Keywords: regional economy, social and economic development, interregional disproportions, balance, regional development factors.

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

Возрастание значимости регионов России в повышении эффективности социально-экономического развития национальной экономики способствует актуализации научных исследований в области сбалансированного развития территорий. Усиление межрегиональных диспропорций социально-экономического развития формирует целый ряд структурно-параметрических противоречий, в связи с чем, возникает объективная необходимость анализа соотношений основных показателей социально-экономического развития регионов, выявления причин сложившихся диспропорций, отслеживания тенденций процессов интеграции и дезинтеграции. Следует отметить, что неравномерность в развитии регионов характеризует любую национальную экономику, и даже в странах, с относительно комплексным хозяйственным развитием, экономическая динамика зачастую свидетельствует о присутствии как отраслевых, так и территориальных диспропорций [1, с. 498].

Причин, порождающих дисбаланс в социально-экономическом развитии регионов, может быть множество. Выделяют объективные причины: естественные различия природно-климатических условий, сложившейся ресурсной базы, воспроизводственной структуры, степени урбанизации, состояния инфраструктурных объектов и др. Субъективные причины возникают ввиду неэффективных, зачастую противоречивых политических и экономических решений, несовершенства методов и инструментов реализации региональной политики [2].

В этих условиях особый интерес представляют базовые теории регионального развития. Цель настоящего исследования – фрагментарный обзор концептуальных основ сбалансированного развития экономики регионов в контексте эволюции научных взглядов и разработок зарубежных и российских исследователей.

Основоположниками теории региональной экономики являются классики экономической науки – А. Смит и Д. Рикардо. В своих теориях абсолютных и сравнительных преимуществ они отмечали выгоду товарообмена между странами, специализирующимися на производстве определенных товаров в контексте сложившихся хозяйственных традиций, имеющихся природных и человеческих ресурсов, обосновав, таким образом, необходимость специализации стран и регионов.

В 20-х годах XX в. шведские исследователи В. Олин и Е. Хекшер провели системный экономический анализ соотношения основных факторов производства (капитал, труд, земля). В 50-60-е годы XX в. В. Леонтьев установил, что для достижения рациональной структуры импорта и экспорта товаров необходим учет расходов на сырье и материалы [3]. С использованием метода межотраслевого баланса, им была разработана модель «затраты-выпуск», отражающая равновесие между наличием ресурсов и их использованием.

Описанные концепции были предложены авторами для условий международной торговли, но они также нашли широкое применение в анализе межрегионального обмена. Теории факторов производства явились базисом территориальной хозяйственной организации в региональной экономике.

Анализ территориальных диспропорций представлен в работах И. фон Тюнена, который является автором теории сельскохозяйственного штандорта. Он, в частности, предложил модель локализации различных видов хозяйственной деятельности вокруг одного поселения, акцентируя внимание на различиях и функциональной взаимообусловленности центра и периферии. Основа его концепции – дифференциальная рента положения (экономико-географические условия) [4].

Дальнейшая эволюция взглядов связана с теорией размещения промышленного производства А. Вебера. В научный оборот было введено понятие «фактор размещения». По мнению А. Вебера, размещение промышленности определяется соотношением транспортных издержек и трудовых затрат, а также агломерационным эффектом, зависящим от технической и пространственной концентрации производства, возможностей использования инфраструктурных объектов. Основным критерием оптимального размещения является минимизация суммарных издержек на производство и сбыт продукции.

Теорию размещения системы населенных пунктов, так называемых «центральных мест» разработал В. Кристаллер. «Центральные места» – это экономические центры, обеспечивающие товарами и услугами не только собственную территорию, но и прилегающие «зоны сбыта» [4]. Данная теория продемонстрировала существование отношений иерархии, которые складываются в результате концентрации на отдельных территориях набора «центральных функций» (административных, сервисных и др.).

Развивая идеи В. Кристаллера, А. Лёш предложил модель пространственной организации хозяйства. По его мнению, производственные предприятия и предприятия сферы услуг для обслуживания потребителей своей зоны должны быть размещены в углах «кристаллеровой решетки», а единственным критерием оптимального размещения является получение максимальной чистой прибыли. Также А. Лёш отмечал необходимость учета особенностей государственных границ, налоговой системы, научно-технического прогресса. Особое значение придавалось рынкам сбыта и вопросам реальной конкуренции, в связи с чем автором использовалась геометрическая модель «конуса спроса» [5]. Кроме того, достижением А. Лёша стала разработка основ теории пространственного равновесия.

Аспекты влияния научно-технического прогресса на развитие и размещение хозяйства исследовал Т. Хагерстранд в рамках теории диффузии нововведений, в соответствии с которой инновации распространяются в трех направлениях: из городов в прилегающие территории, от центров высшего иерархического порядка в центры низшего порядка, от экономически развитых районов на периферию [2]. Кроме того, Т. Хагерстранд предложил использовать в экономической науке и практике новую категорию – «информационное поле».

В 60-е годы XX в. экономисты С. Хирш и Р. Вернон разработали теорию жизненного цикла товара, суть которой заключена в том, что разные стадии жизненного цикла товара непосредственным образом влияют на размещение его производства.

Теория сбалансированного регионального развития сформировалась на основе исследований Л. Вальраса. Региональные системы будут стремиться к равновесию и стабильному развитию при соблюдении ряда условий: свобода конкуренции, максимальное использование факторов производства, мобильность ресурсов, доступность технологий. Ряд исследователей (Г. Мюрдаль и др.) полагают, что к диспропорциям регионального развития приводит сама суть рыночного механизма, поэтому необходимо обязательное государственное вмешательство в целях регуляции, поддержки отсталых территорий, создания инфраструктурных объектов и т.д. [5].

Автором теории «полюсов роста» является Ф. Перри. Теория основана на главенствующей роли отраслей-лидеров в структуре экономики, генерирующих производство новых товаров. Регионы размещения данных отраслей становятся местом концентрации факторов производства, поскольку именно здесь обеспечивается наиболее эффективное их использование, проявляется агломерационный эффект. Теорию Ф. Перри дополнили исследования Ж. Будвиля («полюса роста» – населенные пункты) и Х. Ласуена («полюса роста» – региональные комплексы предприятий). Дж. Фридман разработал модель «центр-периферия», в

которой центр доминирует за счет инноваций, а ближайшая периферия постепенно их воспринимает, удаленная же периферия является более консервативной в этом вопросе.

На основе научных разработок В. Айзарда и ряда других ученых к концу XX в. сформировалось новое исследовательское направление – регионализм. Суть его заключена в создании единого (экономического, социального, политического) интеграционного пространства на демократических основах. Современная теория глобализации включает в себя, в том числе, регионализм, как отдельную концептуальную составляющую.

В 90-е годы XX в. на Западе получила развитие Теория индустриальных кластеров, связанная с работами М. Портера. Данная теория перекликается с концепцией территориально-производственных комплексов и региональных межотраслевых комплексов, разработанной советскими учеными гораздо раньше, чем за рубежом. В исследованиях М. Портера кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных предприятий и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга [6]. Как организационная форма, кластер может быть более эффективным в отношении компоновки факторов производства при условии доступности конкурентоспособных местных поставщиков ресурсов [7]. Кроме того, кластерные структуры являются площадками для генерирования инноваций [8, с. 222]. М. Энрайт связал пространственные кластеры с теориями бизнес-экстерналий.

С именем В. Парето связана теория межрегионального взаимодействия развития экономики. В основе сбалансированного межрегионального пространства заложены три понятия: Парето оптимум, экономического равновесия и ядра. Экономическое равновесие может иметь множество модификаций, при этом аналитический аппарат моделей пространственного развития основан на использовании региональных и национальных межотраслевых балансов [3].

В ряду теорий размещения производства следует также выделить теорию «длинных волн» Н.Д. Кондратьева. В ней детально обоснованы большие экономические циклы, совпадающие с периодами развития научно-технического прогресса. В каждом из циклов ведущие позиции занимают отрасли, запустившие технологический скачок и определяющие территориальную организацию производства.

Российский исследователь Н.Н. Колосовский предложил теорию ресурсных циклов, в которой рассматривал стадии добычи и переработки природных ресурсов, использования продукции и утилизации отходов. Теория позволила оценить связи предприятий различной отраслевой принадлежности, комплексные формы хозяйственной деятельности и действие факторов размещения на различных стадиях производственного цикла. Н.Н. Колосовский также является автором концепции территориально-производственных комплексов и экономического районирования, в которой детально обоснована эффективность комплексной территориальной организации хозяйства. Под экономическим районированием понимается выделение территориально-хозяйственных комплексов, как единиц единого экономического пространства.

Существенный вклад в развитие теории размещения производительных сил внесли российские ученые: Н.Н. Некрасов (основатель советской региональной экономики), П.Я. Бакланов (автор концепции формирования экономического пространства), И.М. Майергойз (автор теории территориальной организации систем расселения трудовых ресурсов), Л.Е. Минц (исследование вопросов влияния ресурсной обеспеченности на размещение производства) [4].

Интерес отечественных исследователей к проблемам региональной экономики значительно повысился в последние десятилетия. Значительный вклад в теоретическо-методологическое обеспечение регионального развития внесли академики РАН А.Г. Гранберг и А.И. Татаркин. Продолжаются исследований по проблематике регионального развития в работах Ю.Г. Лавриковой, О.И. Боткина, А.И. Сутыгиной, И.В. Гребенкина, А.Н. Швецово и других авторов [9].

На основании проведенного автором обзора эволюции научных взглядов можно констатировать, что западная и российская научные школы внесли весомый вклад в развитие теории региональной экономики, концепций сбалансированного развития территорий, пространственной организации и размещения производительных сил. Анализируя вопросы региональной экономики в различных аспектах ее развития, ученые едины в своих выводах о том, что эффективное социально-экономическое развитие территорий возможно только при условии согласованности хозяйственных процессов в пространстве, с учетом особенностей территориальных, межотраслевых и внутриотраслевых пропорций.

Рассмотренные концептуальные основы сбалансированного развития экономики регионов представляют собой научно-обоснованную базу осмысления процессов сложившегося неравенства социально-экономического развития регионов России на современном этапе по важнейшим показателям межрегиональных диспропорций: динамике валового регионального продукта, бюджетной обеспеченности территорий, бюджетной самостоятельности, темпам роста номинальных и реальных доходов населения, покупательной способности населения. В сложившихся условиях следует подчеркнуть важность дальнейшей исследовательской работы в направлении достижения пропорционального, сбалансированного развития регионов, соблюдения принципов экономического равновесия и специализации.

В качестве перспективных направлений научных исследований можно также отметить следующие: межрегиональное взаимодействие и выстраивание отношений регионов с федеральным центром; становление регионов, как элементов единого экономического пространства; регионы – инновационные центры развития национальной экономики.

Библиографический список

1. Федоляк В.С. Концептуальные основы межрегиональных диспропорций социально-экономического развития / в сборнике: Социальное неравенство современности: новая реальность научного осмысления / материалы VI международной научной конференции / под ред. С.Г. Ивченкова. Саратов: Изд-во «Саратовский источник», 2018. С. 497-501.

2. Бакланов П.Н. Территориальные структуры хозяйства в региональном управлении: монография. – М.: Наука, 2007. – 237 с.
3. Теории регионального роста и развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://textbook.news/ekonomicheskaya-teoriya_781/teorii-regionalnogo-rosta.html (дата обращения: 01.02.2019).
4. Линский Д.В. Неоклассические теории регионального роста и развития. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/r2011/1396.htm> (дата обращения: 04.02.2019).
5. Экономический рост и неравенство регионов России [Электронный ресурс] Режим доступа: https://vuzlit.ru/1101636/ekonomicheskii_rost_neravenstvo_regionov (дата обращения: 06.02.2019).
6. М. Портер. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. – М.: «Альпина Паблишер», 2011. – 454 с.
7. Тополева Т.Н. Исследование принципов и факторов устойчивого развития промышленного предприятия // Вестник НГИЭИ. – 2018. – №6(85). – С.85-96.
8. Тополева Т.Н. Формирование инновационной модели развития предприятий промышленного комплекса // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2018. – № 4. – С. 220-232.
9. Региональная экономика в условия ВТО: монография / под ред. О.И. Боткина. – Екатеринбург: Изд-во ИЭ УрО РАН, 2013. – 158 с.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 2/2019

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. 8,9. 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