

Экономические исследования и разработки

Выпуск 12, ДЕКАБРЬ, 2018 ГОД

Научно-
исследовательский
электронный журнал

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
РАЗРАБОТКИ**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 12/2018

www.edrj.ru

Нижний Новгород 2018

УДК 33

ББК 65

Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №12 – 2018. – 52 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 государственной технической 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, 2015-2018

Оглавление

МАРКЕТИНГ	7
Бочкарев А. Ю., Волошин А.В. Обзор теоретических подходов к определению сущности маркетинговой стратегии	7
МЕНЕДЖМЕНТ	14
Руссков Д. Н., Четайкина Ю. В. Совершенствование кадровой политики предприятия (На примере ООО «Строймонтаж»)	14
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	19
Казаченко Л.Д. Технологический прогресс в теориях развития региональной экономики	19
ЭКОНОМИКА ТРУДА	28
Богатырева М.Р., Мухаметлатыпов Ф.У. Нестандартные формы занятости как угроза социальной безопасности трудовых ресурсов	28
Поскребышева А.А. Влияние роботизации на современные границы конкурентной зоны рынка труда	33
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	39
Винокурова Е.А. Сравнительная характеристика методов оценки эффективности инвестиционного проекта	39
Фахуртдинова М.А., Волошин А.В. Обзор теоретических подходов к определению сущности коммерческой деятельности	46

Маркетинг

УДК 330.8: 338.46

Бочкарев А. Ю., Волошин А.В. Обзор теоретических подходов к определению сущности маркетинговой стратегии

Overview of theoretical approaches to the definition of the essence of marketing strategy

Бочкарев Алексей Юрьевич,

студент-бакалавр,

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»,

Научный руководитель: **Волошин Андрей Владимирович**

канд. эконом. наук, доцент кафедры торгового дела и маркетинга,

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»,

Bochkarev Aleksej Yur' evich,

The student-bachelor,

Siberian Federal University

Scientific adviser: Voloshin A.V., candidate of economic Sciences, associate Professor of the Department of Trade and Marketing, Siberian Federal University

***Аннотация.** В предложенной статье автор приводит широкий обзор теоретических подходов к определению сущности маркетинговой стратегии. В ходе проведенного исследования определено отсутствие однозначного теоретического подхода к определению сущности предмета исследования. Проведенный критический анализ позволил автору обобщить и сгруппировать наиболее распространённые точки зрения, предложить собственный подход к определению сущности маркетинговой стратегии.*

***Ключевые слова:** маркетинговые исследования, маркетинг, экономика, предпринимательство.*

***Abstract.** In the proposed article the author gives a broad overview of theoretical approaches to the definition of the essence of marketing strategy. In the course of the study, the lack of a clear theoretical approach to determining the essence of the subject of research is determined. The critical analysis allowed the author to summarize and group the most common points of view, to offer his own approach to the definition of the essence of marketing strategy.*

***Keywords:** marketing research, marketing, Economics, entrepreneurship.*

Рецензенты: 1. Сулова Юлия Юрьевна, д.э.н., профессор кафедры экономики и планирования.

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

2. Батраева Элина Александровна, к.э.н., доцент кафедры экономики и планирования. ФГАОУ ВО

«Сибирский федеральный университет»

Одним из основных инструментов развития стратегического управления различных компаний выступает маркетинговая стратегия. Термин «стратегический маркетинг» зародился в 1980–е годы XX века и за это время множество отечественных и зарубежных ученых посвятили свои исследования изучению его сущности. Наибольший интерес, с точки зрения автора статьи, представляют работы следующих авторов: Котлер Ф., Ламбен Жан-Жак, Уолкер О., Беляев В.И., Пашкус Н.А., Марченко С., Фатхутдинов Р.А, Михайлина В.В., Гайдаенко, Т.А., Чувакова, С.Г., Шауберт О.Ю., Минко И.С., Смирнова Е.А., Жарков Г.А., Ширшова Д.С., Ким А.Р., Идрисов Ш.А., Атаяр С.Р., Чернов С.Е., О’Шонесси Дж., Звездова А.Б., Асон Т. А. и ряд других авторов [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22].

Стратегический маркетинг – важнейший инструмент стратегического управления, посредством которого реализуется потенциал роста компании на рынке и её способность к адаптации и изменяющимся условиям внешней среды. Обзор теоретических подходов к определению сущности стратегического маркетинга, целесообразно начать с одного из наиболее ярких авторов, который внес существенный вклад в его развитие. Ф. Котлер, в своей работе [1], определяет маркетинг, как иерархическую систему маркетинговых мероприятий, в рамках которой компания должна решать поставленные задачи. Автор [1] отмечает, что стратегический маркетинг предполагает наличие трех ключевых аспектов. Первый предполагает, что маркетинговая стратегия должна определить точный сегмент рынка, на котором компания концентрирует свою деятельность. Второй, что маркетинговая стратегия определяет стратегию рекламы, сбыта, ценовую стратегию, распределение товара и др. Третий, что компания посредством стратегического маркетинга определяет уровень затрат на маркетинг.

Жан-Жака Ламбен, в своей работе [2], рассматривает стратегический маркетинг – как аналитический процесс, в ходе которого компания пытается обнаружить неудовлетворительные потребности у физических лиц и в последствии разработать адаптированные товары для удовлетворения потребителя.

О. Уолкер [3], рассматривая различные аспекты разработки и реализации маркетинговой стратегии фирмы, в отличии от многих других авторов обращает основное внимание на прикладные аспекты формирования маркетинговой стратегии и в процессе выработки конкретных стратегических решений, посредством специфических инструментов.

Роль стратегического маркетинга в развитии компании отражена в работе Беляева В.И. и ряда других авторов [4], которые предлагают сравнительно емкий подход, рассматривая стратегический маркетинг - как сложную экономическую категорию, исследование которой требует учета специфики конкретных рынков и проведения глубокого анализа их состояния и развития. При этом авторы отмечают, что правильная оценка рыночной позиции своей компании – определяет адекватность выбора рыночной стратегии. Множественность факторов, определяющих специфику маркетинговой стратегии, определяется рыночной конъюнктурой, историческим опытом компании, взглядами топ-менеджмента на будущее организации, спецификой внешней среды, внутренних условий функционирования и другими факторами.

Комплексный подход при рассмотрении сущности стратегического маркетинга демонстрируют Пашкус Н.А., Марченко С., Фатхутдинов Р.А. [5, 6, 7]. Так, например Пашкус Н.А., [5], описывает стратегический маркетинг как особый вид человеческой деятельности, который предполагает разработку стратегически важных для компании решений в сфере маркетинга. К которым он относит: программы и планы маркетинговой деятельности, постановку целей, построение прогнозов. Постановка целей и формирование маркетинговых стратегий, с точки зрения [5], осуществляются в долгосрочной перспективе, и предполагает высокую адаптивность к условиям внешней среды.

В свою очередь, Марченко С. [6], приходит к очевидному выводу о важности маркетинговой стратегии для абсолютно любого предприятия. По ее мнению, маркетинговая стратегия выступает основополагающей базой для бизнеса, определяет направление его развития, служит инструментом определения экономических целей и критериев их достижения.

Фатхутдинов Р.А., в своем учебнике [7], характеризует стратегический маркетинг как дорогой инструмент прогнозирования. Положительным результатом будет конкурентоспособность на рынке перспективных товаров и услуг, которые компания предложит клиенту. Прогнозирование предполагает использование научного подхода, анализ и исследование рынка.

С точки зрения Михайлиной В.В., Поповой И.М. [8], маркетинговая стратегия занимает лидирующее место в общей стратегии развития предприятия, а порой её адекватный выбор определяет возможность существования организации. Стратегия характеризует текущее и будущее состояние компании, отражает совокупность маркетинговых мероприятий по её развитию, этапы и критерии достижения целей и задач компании в сфере маркетинга.

Наиболее четкое понимание маркетинговой стратегии предлагает Т.А. Гайдаенко [9], с точки зрения которого указанная стратегия предполагает анализ возможностей предприятия на рынке, выбор системы целей, разработку и формулировку планов, и осуществление маркетинговых мероприятий, ориентированных на снижение рыночного риска, обеспечение устойчивого развития предприятия.

Автор С.Г. Чувакова [10], понимает под стратегическим маркетингом систему управленческих решений, направленных на реализацию рыночной стратегии, посредством выбора целевых рынков, разработки комплекса маркетинга по ценам, товару и продвижению, анализа маркетинговых возможностей и выбора стратегии маркетинга.

Сравнительно лаконичный подход демонстрируют в своих работах Шаубер О.Ю., Минко И.С., Степанова А.А., Смирнова Е.А., Жарков Г.А., Ким А.Р., Идрисов Ш.А. [11, 12, 13, 14, 16, 17]. Авторы уделяют большое внимание удовлетворению потребностей потребителя и эффективности использования ресурсов компании в долгосрочной перспективе. Так, например Шаубер О.Ю. [11], трактует маркетинговую стратегию, как совокупность долгосрочных решений, направленных на удовлетворение существующих и потенциальных потребностей потребителя посредством эффективного использования внутренних и внешних ресурсов. Аналогичный подход предложен в работе Минко И.С., Степанова А.А. [12], которые рассматривают

стратегический маркетинг как маркетинговый процесс с долгосрочным планом, в рамках которого определяются цели, разрабатываются стратегии, которые позволяют обеспечивать потребителя товаром, имеющим более высокую потребительскую ценность чем у конкурентов. Подход Смирновой Е.А. [13] состоит в рассмотрении маркетинговой стратегии как комплекса мероприятий, которые фирма должна осуществить и с помощью, которых она должна добиться поставленных целей. В противовес Смирновой Е.А., Жарков Г.А. в своей работе [14], рассматривает стратегию маркетинга, как некоторый процесс, благодаря которому фирма определяет и формирует потребности покупателей и направляет все свои силы, средства и ресурсы на удовлетворение указанных потребностей. При этом автор статьи отражает долгосрочный характер разрабатываемых маркетинговых стратегий.

Представление маркетинговой стратегии как элемента маркетингового плана фирмы характерно для работы Ширшова Д.С., Куликова Е.С. [15]. С точки зрения авторов этот план определяет долгосрочные цели и задачи фирмы на рынке.

В качестве фундаментального элемента общей стратегии фирмы, маркетинговая стратегия рассматривается в работах Ким А.Р. [16], который считает, что компания должна использоваться все свои ресурсы для достижения максимального дохода в долгосрочной перспективе. Целью стратегии является увеличение продаж и удовлетворение потребностей клиента.

В своем учебнике авторы Идрисов Ш.А. и Волкова Л.А. [17] характеризуют маркетинговую стратегию как инструмент долгосрочного планирования, направленного на удовлетворение имеющихся и потенциальных потребности потребителей и достижение экономических результатов.

Ряд авторов, например Атаяр С.Р., Ходжян Р.С. [18], высказывают точку зрения о том, что эффективная маркетинговая стратегия должна стимулировать рост доходов и максимизировать прибыль. Стратегия маркетинга рассматривается в качестве основополагающей стратегии фирмы в условиях высокой волатильности рынков. Существенная роль маркетинговой стратегии определяется, по мнению авторов статьи, её значением при выборе направлений продвижения товаров и услуг на конкретных рынках. Так же актуальная стратегия маркетинга стимулирует рост доходов и максимизацию прибыли компании.

В своей работе С.Е. Чернов [19] высказывает мнение о том, что маркетинговые стратегии разрабатывается для целевого рынка, где компания сможет определить свою стратегию установок по ценам, продукции, продвижению и каналам сбыта, а также рассчитать бюджет маркетинга. Так же по мнению [19] маркетинговая стратегия позволяет увеличить доход и прибыль компании. При этом, Дж. О'Шонесси [20], трактует эту стратегию как эффективный набор инструментов продвижения компании на рынке, к числу которых он относит ценовую политику, методы продвижения и распределения, средства маркетинговой коммуникации, оптимальна комбинация которых позволяет достигнуть более высокой рыночной доли или иных экономических результатов.

В исследовании Звездова А.Б. и Туровской М.С. [21] маркетинговая стратегия выступает как средство воплощения своих целей и максимизации прибыли. Маркетинговая стратегия — это комплекс базовых

решений, которые вытекают из существующей рыночной ситуации и собственных возможностей фирмы, направленных на достижение экономического результата, при этом компания должна обладать оптимальным набором средств, которые способны удовлетворить потребителя и действовать эффективнее, чем конкуренты. Аналогичную позицию предлагает в своей работе Асон Т.А. [22], подчеркивая важность маркетинговой стратегии, отражает её ключевую роль в формировании маркетингового потенциала фирмы.

Представленный обзор основных теоретических подходов к определению сущности стратегического маркетинга позволяет автору работы выделить две группы авторов, дифференцировав их по степени детализации своей позиции. К первой группе, рассматривающих стратегический маркетинг с наиболее общих позиций, или в контексте исследования прочих экономических проблем можно отнести: Котлера Ф., Жан-Жак Ламбена, Уолкера О., Беляева В.И., Пашкус Н.А., Марченко С., Фатхутдинова Р.А., Гайдаенко Т.А., Чувакову С.Г., Атаяр С.Р., Ходжян Р.С., Чернова С.Е., О'Шонесси Дж. и Асон Т.А [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 18, 19, 20, 22]

Вторая группа исследований, включает работы авторов, избравших в качестве основного предмета исследования маркетинговую стратегию и формирующих в своих работах основные теоретические предпосылки стратегического маркетинга. К этой группе следует отнести: Шаубера О.Ю., Минко И.С., Степанову А.А., Смирнову Е.А., Жаркова Г.А., Ким А.Р., Идрисова Ш.А. и Волкову Л.А. [8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 21].

Представленный в работе обзор теоретических подходов в области стратегического маркетинга позволяет автору прийти к очевидному заключению о тождественности экономических категорий «стратегия маркетинга» и «маркетинговая стратегия». Проанализировав ряд подходов, автор исследования считает возможным рассматривать маркетинговую стратегию организации как совокупность перспективных планов и задач в сфере маркетинга, направленных на достижение преимущественного положения на рынке. Реализация стратегии осуществляется посредством комплекса маркетинга, направленного на формирование целевого рынка.

Библиографический список

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга: учебник [Текст] / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг-М.: Издательский дом «Вильямс», 2000 – 944 с.
2. Ламбен, Ж.Ж. Стратегический маркетинг: учебник [Текст] / Ж.Ж. Ламбен – СПб.: Наука, 1996. – С. 17-50.
3. Уолкер, О. Маркетинговая стратегия: курс МВА: учебник [Текст] / О. Уолкер мл., Х. Бойд мл., Ж.-К. Ларше, Дж. Малинз. – М.: Вершина, 2006. – 492 с.
4. Беляев, В. И. Маркетинговые стратегии развития предприятий в сфере услуг: методы обоснования и формирования [Текст] / В. И. Беляев, М. В. Кротова // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2015. - № 1 (123) . – С. 156-159.

5. Пашкус, Н.А. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус. - М.:Юрайт, 2016.- 224с.
6. Марченко, С. Место шоппер-маркетинга в разработке маркетинговой стратегии [Текст] / С.Марченко // Наука и современность. - 2016. - №45. - С.181-186.
7. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. [Текст] / Р.А. Фатхутдинов – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. – 640 с.
8. Михайлина, В.В. Разработка маркетинговой стратегии [Текст] / В.В. Михайлина, И.М. Попова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2015. – №45. – С. 62-66.
9. Гайдаенко, Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика: учебное пособие [Текст] / Т.А. Гайденко.- М.: Эксмо, 2006. – 496 с.
10. Чувакова, С.Г. Стратегический маркетинг: учебник [Текст] / С.Г. Чуваков. – М.: Дашков и К., 2010. - 272 с.
11. Шауберт, О.Ю. Разработка маркетинговой стратегии предприятия [Текст] / О. Ю. Шауберт // Проблемы экономики и менеджмента. – 2016. – № 2 (54). – С. 60-64.
12. Минко, И.С. Маркетинг: учеб. пособие [Текст] / И.С. Минко, А.А. Степанова. – СПб.: НИУ ИТМО, 2013. - 155 с.
13. Смирнова, Е.А. Маркетинговая стратегия страховой компании [Текст] / Е.А. Смирнова // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2014. – № 4(29). – С. 61-65.
14. Жарков, Г.А. Маркетинг и его особенности в России: монография [Текст] / Г.А. Жарков, С.К. Становкин. – М.: Издательство Прометей, 2014. – 254с.
15. Ширшова, Д.С. Маркетинговая стратегия ПАО ГАЗПРОМ: монография [Текст] / Д.С. Ширшова, Е.С. Куликова // Молодежь и наука. – 2016. – № 1. – С.53
16. Ким, А.Р. Оценка маркетинговых стратегий предприятий и основные направления их совершенствования [Текст] / А.Р. Ким // Наука и образование сегодня. - 2018.- № 2(25).- С.21-23.
17. Идрисов, Ш.А. Маркетинг: учебное пособие [Текст] / Ш.А. Идрисов, Л.А. Волкова. – Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2013. – 337 с.
18. Атаяр, С.Р. Маркетинговые стратегии в индустрии моды [Текст] / С.Р. Атаяр, Р.С. Ходжян // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 11. – С. 23-24.
19. Чернов, С.Е. Стратегический маркетинг информационно-консультационных услуг: монография [Текст] / С.Е. Чернов – М.: ИПКгосслужбы, 2006. – 304 с.
20. О'Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход: монография [Текст] / Дж. О'Шонесси – СПб.: Питер, 2002. – 864 с
21. Звездова, А.Б. Маркетинг: стратегия и организация: учебное пособие [Текст] / А.Б. Звездова, М.С. Туровская. – СПб.: Институт дополнительного профессионального образования службы занятости, 2006 – 91 с.

22. Асон, Т. А. Антикризисные маркетинговые стратегии Российских и зарубежных компаний / Т. А. Асон // Инновации в научных исследованиях современного общества. – 2013. – С.27-31.
23. Терещенко, Н.Н. Механизм управления эффективностью деятельности предприятий торгового бизнеса: монография [Текст] / Н.Н. Терещенко Ю.Ю. Суслова, Е.В. Титова, Т.А. Клименкова. – Красноярск: ООО "ИПЦ" КаСС", 2005. – 440с.
24. Суслова, Ю.Ю. Качество жизни населения, как комплексный показатель оценки рыночной инфраструктуры города [Текст] / Ю.Ю. Суслова // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 4 (28). – С. 415-419.
25. Белоногова, Е.В. Методические подходы к оценке эффективности систем материального стимулирования труда работников торговых организаций [Текст] / Е.В. Белоногова, Ю.Ю. Суслова, А.В. Волошин // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 8-1. – С. 96-101.
26. Волошин, А.В. Экономический механизм как инструмент повышения эффективности деятельности предприятий: сб. науч. трудов [Текст] / А.В. Волошин // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2016. – С. 173-177.
27. Волошин, А.В. Конкурентоспособность региона как предмет исследования экономической науки [Текст] / А.В. Волошин, Ю.Л. Александров, С.Н. Шестов, Е.В. Белоногова // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 10-1. – С. 113-118.
28. Волошин, А.В. Формирование механизма повышения конкурентоспособности организаций высшего образования на рынке образовательных услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 [Текст] / А.В. Волошин [Место защиты: Сибирский федеральный университет]. – Красноярск, 2017. – 307с.

Менеджмент

УДК 33

Руссков Д. Н., Четайкина Ю. В. Совершенствование кадровой политики предприятия (На примере ООО «Строймонтаж») Improving the personnel policy of the enterprise (On the example of stroymontazh)

Руссков Д. Н.

Научный руководитель: **Четайкина Ю. В.**

1. магистрант, Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации
2. доцент, кандидат экономических наук, Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

Rusakov D.N.

Scientific adviser: Chetaykina Yu. V.

1. Master student, Saransk Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation
2. Associate Professor, Candidate of Economic Sciences, Saransk Cooperative Institute (Branch) of the Russian University of Cooperation

***Аннотация.** Кадровая политика предприятия играет важную роль в его существовании и развитии. От ее эффективности в конечном итоге зависят экономические результаты деятельности любого предприятия, так как кадровый состав в современных условиях выступает одним из важнейших элементов внутренней среды предприятия. В связи с этим целью статьи является анализ кадровой политики действующего предприятия и предложения направлений по ее совершенствованию.*

***Ключевые слова:** кадровая политика, кадровая стратегия, персонал, управление персоналом, мотивация, стимулирование.*

***Abstract.** Personnel policy of the company plays an important role in its existence and development. The economic performance of any enterprise ultimately depends on its effectiveness, since the personnel structure in modern conditions is one of the most important elements of the enterprise's internal environment. In this regard, the purpose of the article is to analyze the personnel policy of the existing enterprise and to suggest directions for its improvement.*

***Keywords:** personnel policy, personnel strategy, personnel, personnel management, motivation, incentives*

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

Важным фактором работы любого предприятия являются его кадровый состав. Кадровая политика любого предприятия направлена на обеспечение соответствия численного и качественного состава персонала стратегическим и текущим целям и задачам предприятия, на осуществление процессов развития кадров, повышения их квалификации в соответствии с перспективными потребностями самого предприятия, состоянием рынка труда [1].

Поскольку кадровая политика выступает одним из важнейших элементов повышения конкурентоспособности любого предприятия в современных условиях, целью данной статьи является определение основных проблем в кадровой политике конкретного предприятия и предложение направлений по ее совершенствованию.

Кадровой политикой в ООО «СтройМонтаж» занимаются директор и начальник отдела кадров.

В настоящее время на ООО «СтройМонтаж», как было выявлено автором в ходе анализа кадровой политики предприятия, существует ряд слабых сторон в кадровой политике.

1. На предприятии отсутствует постоянный и качественный анализ кадрового состава, а используемые средства диагностики персонала не отличаются разнообразием. Плохо осуществляется прогнозирование кадровой ситуации. В то же время в программах развития предприятия имеются планы кадровой работы, ориентированные на достижение перспективных целей предприятия, но не всегда адаптированных к изменяющимся условиям рынка труда. План работы с персоналом в большей степени носит эмоциональный, мало аргументированный характер.

2. В ООО достаточно поздно реагируют на симптомы негативного характера в коллективе, на причины появления и развития кризисных процессов. Это приводит к появлению недовольства условиями труда, системой стимулирования, а в отдельных случаях и к увольнению квалифицированной рабочей силы.

3. Пополнение кадров происходит за счет внешних источников с помощью объявлений о вакансиях в средствах массовой информации, в центре занятости населения, через собственных работников предприятия по их рекомендации. Прием нового персонала проводится на все должностные уровни, при этом отрицается замещение из числа работников предприятия. Следовательно, отсутствует система продвижения по службе.

4. Цели предприятия и подразделений доводятся в среднем до 75 % работников предприятия, 25 % такой информации почти не имеют, т. е. нет должной информированности, в результате чего работник не всегда отождествляет себя с интересами организации.

5. Отсутствие четкой процедуры ознакомления нового работника с организацией (работник с момента найма обычно ощущает себя оторванным от коллектива).

6. Отсутствие соответствующих коммуникаций, не позволяющих работнику высказывать свои претензии, соображения и получать удовлетворяющие его ответы.

Таким образом, в ООО «СтройМонтаж» для эффективного управления персоналом необходимо совершенствовать работу с кадрами, прежде всего, изучать персонал компании, его количественные и качественные характеристики, разрабатывать эффективную политику подбора, расстановки и продвижения кадров.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что компании необходимо разработать новую кадровую стратегию, основу которой должны составлять факторы возрастания роли личности работника, знание его мотивационных установок. Это позволит полнее использовать кадровый потенциал, направлять его на решение задач, стоящих перед компанией.

В связи с этим стратегическая цель кадровой политики ООО «СтройМонтаж» – создание современной системы управления кадрами, опирающейся как на экономические стимулы, так и социальные гарантии. Это позволит сопоставить интересы компании с интересами работников в повышении эффективности производства и производительности труда, достижении более высоких финансово-экономических показателей [2].

Основными задачами для достижения данной цели будут являться:

- дальнейшее совершенствование оплаты и системы стимулирования труда на предприятии;
- разработка системы мотивации работников предприятия;
- оценка разработанных мероприятий.

В ходе анализа системы управления персоналом ООО «СтройМонтаж» было выявлено, что в компании существует служба по управлению кадрами, поэтому кадровая политика ООО в целом отвечает современным требованиям. Однако деятельность отдела кадров не должна ограничиваться только оформлением кадровой документации, решением вопросов приема и увольнения работников. Работникам отдела кадров необходимо самостоятельно или по инициативе руководства фирмы проводить исследования, направленные на определение мнений работников о самом предприятии, системе стимулирования и мотивации, персонального отношения к труду. В связи с этим ООО «СтройМонтаж» необходима современная кадровая служба, своевременно и компетентно решающая вопросы повседневного и перспективного функционирования компании.

В образцовых компаниях управление персоналом осуществляется руководителями подразделений. Однако реальность такова, что в настоящее время практически каждое предприятие нуждается во внутренней мини-организации, занимающейся исключительно вопросом управления персоналом. К службе управления человеческими ресурсами как к мини-организации можно применить любые методы управления, которые будут способствовать развитию организации, повышению ее эффективности, постоянно держа в поле зрения вопросы оценки персонала, его движения и развития.

Мини-организации по работе с кадрами должны заниматься разработкой, внедрением, контролем (оценкой), корректировкой систем управления персоналом. Название и формы этого подразделения могут быть различны. Главной чертой этого подразделения должна быть способность к постоянному совершенствованию, обновлению и изменению в соответствии с изменением целей и задач не только предприятия, но требований рынка.

Работы, выполняемые отделом кадров ООО «СтройМонтаж» в настоящее время:

- подбор и оформление на основе трудового договора руководителей, специалистов и служащих для замещения штатных должностей;
- изучение потребности в кадрах по количеству и квалификации, структуре персонала и разработка организационных мер по удовлетворению потребности в кадрах;
- оказание помощи в разработке и реализации карьерных планов специалистов;
- отбор и направление кандидатов на учебу, переподготовку и повышение квалификации;
- организация обучения без отрыва от производства ежегодно по утвержденным программам;
- представление установленной отчетности;
- участие в подготовке предложений по формированию организационной структуры предприятия;
- разработка совместно с планово-экономическим отделом положений о подразделениях, должностных инструкций работников;
- подготовка проектов трудовых контрактов для кандидатов на соответствующие должности и приказов об их назначении;
- организация правильного и своевременного оформления приема, перевода и увольнения работников в соответствии с действующим законодательством, положениями, инструкциями и приказами руководителя организации;
- участие во внедрении и развитии отраслевой автоматизированной системы управления кадрами;
- участие в рассмотрении писем, заявлений, жалоб и предложений работников по вопросам трудовых отношений и социального развития;
- ведение кадровой документации в соответствии с вышеперечисленными функциями и другие работы.

Для обеспечения более функциональной работы кадровой службы необходима ее автоматизация, для этого нужно приобрести современное программное обеспечение, что позволит автоматизировать процесс обработки материалов и меньше тратить времени на оформление документов.

Перед отделом кадров ООО «СтройМонтаж» должны стоять следующие задачи:

- выявление потребности в персонале в соответствии с текущими и перспективными затратами труда на каждом участке работы;

- постоянное изучение и анализ рынка труда, осуществление кадрового планирования;
- разработка и осуществление программ развития персонала, формирование резерва, планирование индивидуальной карьеры работников;
- стимулирование персонала на достижение высокой производительности труда посредством организации и постоянного совершенствования системы материального и морального стимулирования;
- повышение квалификации работников благодаря внедрению различных видов профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала;
- расширение участия коллектива в управлении предприятием;
- изучение социального климата в коллективе, создание благоприятной обстановки на всех участках деятельности предприятия;
- создание информационной базы о каждом работнике предприятия в целях принятия решений по кадровым вопросам;
- постоянное совершенствование деятельности самой кадровой службы.

Таким образом, предложенные мероприятия позволят, по нашему мнению, совершенствовать кадровую политику на коммерческом предприятии, что, несомненно, будет способствовать улучшению морально-психологического климата на предприятии, повышению производительности труда работников, а в итоге – повышению уровня конкурентоспособности компании.

Библиографический список

1. Кадровая политика организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/biznes/kadrovaya-politika-organizacii.html>.
2. Кадровая политика организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uchebnik.online/upravlenie-personalom-uch/kadrovaya-politika-organizatsii-44713.html>.
3. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учеб. пособие / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 301 с.
4. Одегов Ю. Г. Управление персоналом: учебник / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. – М. : Юрайт, 2014. – 513 с.
5. Основные направления кадровой политики компании и способы ее совершенствования [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hrhelpline.ru/osnovnye-napravleniya-kadrovoy-politiki-chto-i-kak/>.
6. Разработка кадровой политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/66329/menedzhment/razrabotka_kadrovoy_politiki.

Региональная экономика

УДК 332.01

Казаченко Л.Д. Технологический прогресс в теориях развития
региональной экономики

Scientific and technological progress in theories of regional economy development

Казаченко Л.Д.

Забайкальский государственный университет, доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
Kazachenko L.D.

Trans-Baikal State University, Associate Professor of the Department of Economic Theory and World Economy

***Аннотация.** В статье представлены результаты анализа региональных теорий, позволяющего выявить первостепенную роль факторов социально-экономического развития, связанных с технологическим прогрессом, включая инновации, знания, человеческий капитал. Целью исследования является обоснование положения о том, что экономическое развитие все в большей степени зависит от обладания запасами научных знаний, возможности их генерировать и использовать. С использованием методов теоретического анализа и научной абстракции рассмотрен ряд региональных теорий для обоснования сущности экономического роста с точки зрения эндогенных факторов, важнейшими из которых являются научно-технические достижения и технологическая модернизация, основанные на феномене человеческого капитала, образующего источник прогресса.*

***Ключевые слова:** региональные теории, эндогенные факторы, социально-экономическое развитие, технологический прогресс, экономический рост, технологическая модернизация, региональная экономика, человеческий капитал, инновации, региональный кластер, конкурентное преимущество.*

***Abstract.** The article presents the results of the analysis of regional theories, which allows to identify the primary role in social and economic development of factors associated with technological progress, including innovation, knowledge, human capital. The research aim is to substantiate the proposition that economic development increasingly depends on the possession of stocks of scientific knowledge, the ability to generate and use them. By means of theoretical analysis and scientific abstraction a number of regional development theories were considered to substantiate the essence of economic growth in terms of endogenous factors, the most important of which are scientific and technical achievements and technological modernization based on the phenomenon of human capital, which forms the source of progress.*

***Keywords:** regional theories, endogenous factors, socio-economic development, technological progress, economic growth, technological modernization, regional economy, human capital, innovations, regional cluster, competitive advantage.*

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

Целью исследования теорий, обосновывающих влияние технологического прогресса как важнейшего базового эндогенного фактора экономического роста, является обоснование положения о том, что экономическое развитие все в большей степени зависит от накопления научных знаний, возможности их использования, извлечения новых конкурентных преимуществ, непосредственно связанных с интернализацией экономическими агентами постоянно возникающих положительных внешних эффектов

знаний. Актуальность исследования этих теорий обосновывается целесообразностью и все большей необходимостью их учета и использования в практической работе по стратегическому планированию развития конкретных регионов, формированию конкретных программ развития экономики регионов.

В процессе классификации факторов, предопределяющих экономический рост, используют различные критерии, но все классификации содержат деление факторов на внутренние и внешние [18]. В основе этого деления лежит признание их в качестве основных движущих сил развития экономики и реализации политики нового качества экономического роста. Под новым качеством экономического роста подразумевается использование бизнесом стратегии получения дополнительного дохода, связанной с улучшением технологических характеристик производства, позволяющих обеспечить современное качество и уровень конкурентоспособности произведенного продукта; соответствие между объемами, структурой ВВП и общественными потребностями; внедрение ресурсосберегающих технологий; социальная ориентация экономики; рациональное природопользование; использование тех преимуществ, которые дают международное разделение труда и глобализация [17].

К внутренним факторам относят: наращивание человеческого капитала – главной цели и основного средства достижения экономического роста; природные факторы; количественное и качественное увеличение инновационного, производственного и инвестиционного потенциалов, без чего невозможна модернизация народного хозяйства на новой технологической базе; увеличение емкости рынков сбыта как внутри страны, так и на международном уровне, для чего необходимо наращивать размер платежеспособного спроса и уровень конкурентоспособности национальной продукции; развитие институциональной среды, включая совершенствование социальных, финансовых, экономических, экологических институтов. К внешним факторам относят: международное разделение труда; глобализацию; политические факторы.

Не все факторы в равной степени предопределяют динамику экономического развития. В настоящее время отмечается снижение значения природных факторов и рост значения факторов, связанных с научно-технологическим прогрессом. Наделенные богатым природно-ресурсным потенциалом страны и регионы часто не достигают высокого уровня социально-экономического развития, превращаясь в сырьевую базу более развитых центров. В то время как внедряющие в производство передовые технологии страны становятся лидерами мировой, а регионы – национальной экономических систем.

По нашему мнению, в реальных сложных условиях сущность экономического роста регионов страны следует в первую очередь рассматривать с точки зрения эндогенных факторов, внутренних причин и условий, важнейшим из которых является технологический прогресс, в основе которого лежит феномен человеческого капитала, образующего на современном этапе его источник. Под технологическим прогрессом мы понимаем наиболее важную сферу развития множества всевозможных наук. Можно сказать, что технологический прогресс является главным стержнем, без которого будут невозможны новые открытия, ключевым фактором инноваций. Отличие технологического прогресса от научно-технического заключается в том, что расширение

производства достигается путем внедрения в производство технологий, связанных не с новыми машинами и оборудованием, а с новыми знаниями и информацией – продуктом нового витка развития науки.

Для обоснования нашей гипотезы были рассмотрены наиболее известные региональные теории экономического роста, связанные с исследованием научно-технологических достижений, технологической модернизации, человеческого капитала, экономики знаний, и дано общее заключение с учетом полученных научных результатов.

Исследованиями причин, способствующих росту национальной экономики, занимались в разное время различные представители экономической науки. Объектом нашего исследования стали те региональные теории, которые внесли существенный вклад в развитие региональной экономической теории, формирование современных взглядов на предпосылки экономического роста и являются адекватными по отношению к реалиям современного периода и технологического прогресса.

Экономисты Р. Солоу и Т. Сван первыми в середине 50-х годов XX века выявили значительный вклад технологического прогресса, который рассматривался ими как экзогенный фактор. Безусловно, их работы были в своем роде революционными, они позволили продемонстрировать роль технологического прогресса в экономическом росте. Ограниченность модели Солоу–Свана состояла в том, что, хотя она и показывала, что технологический прогресс делает существенный вклад в экономический рост, она не позволяла объяснить, почему возникает сам прогресс. Иными словами в предложенной ими модели темп технологического прогресса был установлен экзогенно, т. е. вне модели. Обычное объяснение для модели Солоу–Свана состояло в том, что технологический прогресс не может существовать изолированно от знаний, которые аккумулируются в образовательной сфере, находящейся не в экономической системе, а за ее пределами. Именно такое понимание технологического прогресса и было заложено в предложенной учеными модели [14, 15].

По мнению Л.Н. Оголевой и В.М. Радиковского, наиболее интересной была попытка Г. Менша обосновать связь новых изобретений с инновациями, которые были внедрены в производство. Но Дж. Фрименом и другими учеными-экономистами были высказаны сомнения в том, что существует полная корреляция изобретений и циклической динамики, так как сами по себе изобретения не влияют на развитие экономики, а приобретают экономическое значение только тогда, когда новшества внедряются в производство и коммерциализируются [1, с. 12].

В разработанной Дж. Фрименом «концепции технико-экономической парадигмы» утверждается, что цикл развития мировой экономики находится в соответствии с какой-либо одной технико-экономической парадигмой. Она предопределяет первостепенное значение какой-либо одной промышленной отрасли в мировом хозяйстве [5]. Формирование этой отрасли происходит на базе системы наилучших практических знаний передовых стран мировой хозяйственной системы. Развитие парадигмы включает три фазы: становление, расцвет, закат. В завершении этого цикла исчерпываются технологические знания, необходимые в процессе эволюции мирохозяйственной системы.

В периоды, когда происходит изменение технико-экономической парадигмы, происходят следующие процессы:

- формируются и быстро развиваются высокотехнологичные отрасли;
- возрастает доступность качественных производственных факторов;
- увеличивается способность бизнеса, государства и социальной системы к восприятию перемен;
- экологические стандарты начинают соответствовать более высоким критериям;
- происходит быстрое распространение нововведений в экономических системах;
- возрастает научно-технический потенциал, который необходим для осуществления модернизации

производства в отстающих отраслях экономики.

К достоинствам концепции, Разработанной Дж. Фрименом, относятся возможности выбора адекватных методов, с помощью которых можно совершенствовать экономику региона и перейти на более высокую ступень социально-экономического развития.

Созданная М. Энрайтом теория региональных кластеров определяет различия по показателям конкурентоспособности регионов в национальной экономике и географические параметры конкурентных преимуществ как объект исследования. Он допускал, что конкурентное преимущество формируется на уровне региона, а не на уровне национального хозяйства или на уровне наднациональных структур. Основное значение в этом процессе принадлежит историческим предпосылкам регионального развития, разнообразным культурам функционирования бизнеса, формам организации производства, сферы образования [3].

В целях обоснования этих тезисов М. Энрайтом были проведены исследования эмпирического характера в некоторых промышленных отраслях в различных странах и регионах. В результате он сделал вывод о существовании региональных промышленных кластеров. Участники этих кластеров дислоцируются близко в географическом аспекте. Он определил кластер как географическую агломерацию предприятий, работающих либо в одной и той же отрасли, либо в нескольких отраслях, родственных по экономическому назначению. Региональные кластеры могут состоять из таких видов экономических агентов, как:

- малых и средних предприятий, находящихся в одном промышленном районе;
- сконцентрированных высокотехнологичных фирм, связанных общими технологиями;
- производственных систем, включающих предприятия, которые раньше входили в структуру ТНК, а

также предприятий, отпочковавшихся от материнских фирм.

В результате М. Энрайт сделал вывод о том, что региональные кластеры, нуждаются в государственной поддержке, а также в поддержке научно-исследовательских структур. В качестве главных факторов развития кластеров в регионе он принял разработанный М. Портером набор конкурентных преимуществ.

В теории региональных кластеров, разработанной С. Розенфельдом, включены исследования коммуникаций фирм со связанными с ними организациями как существенного элемента кластера. В структуру регионального кластера он включал не только географическую концентрацию взаимозависимых

фирм, но и каналы, по которым осуществляются производственные трансакции, так как без них группа родственных фирм не сформируются в производственную или социальную систему, не смогут функционировать в качестве кластера [13].

П. Маскел и М. Лоренц позднее отмечали, что главным условием создания кластера в регионе и главным фактором повышения уровня конкурентоспособности кластера и компаний, входящих в его состав, является сетевое взаимодействие фирм, в основе которого лежит доверие к партнерам [12].

Теорию региональных промышленных кластеров, основанных на высокотехнологичном производстве и реализующих конкурентные преимущества, считают главным достижением теорий американской школы, обосновывающих формы организации производства нового типа на территории региона.

К теориям, которые в рамках кластерного подхода рассматривают пространственные внешние эффекты знаний, следует отнести «теорию диффузии инноваций» Т. Хегерстранда [8], а также теорию М. Фельдмана и Д. Аудретча [4]. В них исследуется существование пространственно-ограниченных внешних эффектов знаний, которые побуждают фирмы, соседствующие с центрами генерирования знаний, активизировать инновационную деятельность с целью обеспечения более высокого уровня конкурентоспособности по сравнению с другими экономическими агентами, располагающимися в каком-либо другом месте.

Например, в своей теории Т. Хегерстранд [9] уделил большое внимание так называемому «эффекту соседства» инноваций с определенными территориями. Он выделял своеобразные кластеры, где в рамках одной территории концентрируются инновации, при этом большое значение им придавалось размеру территории, численности населения, страновым и региональным характеристикам. Т. Хегерстрандом не отрицались и инфраструктурные различия между регионами, поскольку распространение знаний на одной территории существенно зависит от возможности коммуницировать их перемещение через границы и транспортные коридоры. Однако в век развития высоких технологий, инфраструктурные различия будут менее заметны при условии их успешного освоения отдельными регионами. Как справедливо отмечал Т. Хегерстранд, «эффект соседства» будет более заметен в регионах граничащих с крупными городами с развитой инфраструктурой, что обеспечивает в некотором роде диффузию инноваций.

Модель, разработанная Т. Хегерстрандом, называется также «волной нововведений». В ней выделяются следующие стадии:

- стадия зарождения процесса диффузии, когда имеет место заметный контраст между развитием центров распространения нововведений и периферийных территорий;
- стадия процесса настоящей диффузии, начала действия сильных центробежных сил стимулирующих формирование новых центров в периферийных районах, и нивелирование контрастов, характерных для первой стадии;
- стадия конденсации, когда происходит одинаковое расширение во всех местах;

– стадия насыщения, когда происходит общее, но медленное, асимптотическое повышение до максимально возможного в существующих условиях уровня.

Модель «центр–периферия», обоснованная Т. Хегерстрандом, может быть использована практически для проведения исследований социально-экономических процессов более глубокого плана, связанных с миграцией, динамикой безработицы и занятости, демографическими тенденциями и прочими процессами.

На основе стохастического метода Т. Хермансен исследовал диффузионные волны, используя динамическое моделирование [10].

Разработанная позднее П. Хаггетом «схема пространственной диффузии», обосновывает положение о том, что изменения начинают происходить не одновременно во всех местах. Они начинаются в некоторых точках, затем происходит их распространение в других местах с использованием каналов связи, потом происходит их нисхождение по иерархической лестнице [2].

Х. Гиршем было логически завершено создание концепции «полюсов роста» и формирование идеи «диффузии инноваций». Он разработал «модель вулкана» [6]. В соответствии с этой моделью, крупные городские агломерации, имеющие высокий уровень промышленного развития, мощную научную базу и высокий уровень среднедушевых доходов, превращаются в источники импульсов инноваций, происходящих периодически, – так называемые «извержения лавы нововведений». Они происходят в этом «полюсе роста», а затем постепенно растекаются на периферические территории. Вследствие этого растекания повышается благосостояние отстающих районов. Периодичность импульсов инноваций вызывает тенденцию «затухания вулкана», которому приводят негативные факторы, имеющие место в городских агломерациях. Передовые центры превращаются в депрессивные «старопромышленные» районы, происходит формирование новых центров нововведений на основе теории больших циклов экономической конъюнктуры.

Подобная схема нашла отражение в модели территориального развития новых районов, разработанной группой ученых, которую возглавил Э. Таафе [16], на основе исследований П. Голда [7]. Модель применялась ее авторами для исследования государств, находящихся в прибрежных районах на материках.

Скандинавские ученые Б. Лундвал, Б. Йонсон, Б. Асхайм, А. Изаксен, основавшие школу новых форм организации производства, развивали теорию «экономики обучения», теории национальной и региональной систем инноваций.

Теория «экономики обучения» обосновывает положение о том, что процессы изобретения инноваций и генерирования новых знаний повышают конкурентоспособность стран [11]. Изучив происхождение инноваций в Дании, В. Лундвал пришел к выводу о том, что инновации не являются дискретными. Они являются результатом процесса имеющего кумулятивный повсеместный характер. В. Лундвал ввел категорию «добавочная инновация» и определил следующие типы технологического прогресса:

- 1) тип стационарных технологий, используемых только в одной точке;

2) тип добавочных инноваций, которые в большей мере присущ малым странам с открытой экономикой;

3) тип радикальных инноваций, характерных для больших стран, в которых препятствуют процессам быстрого восприятия инноваций расстояние и количество народонаселения;

4) тип технологической революции, результатом которой является, смена технико-экономической парадигмы в масштабах всего мирового хозяйства.

Второй вывод В. Лундвала – утверждение о том, что в малых странах имеет место существенная взаимозависимость потребителя и производителя, что развивает чувство доверия и ускоряет диффузию инноваций, стимулирует генерирование добавочных инноваций. Высокая конкурентоспособность малой страны, в основе которой лежат добавочные инновации, в качестве главной детерминанты принимает обязательность обучения. Под «экономикой обучения» В. Лундвал подразумевает непрерывное совершенствование знаний и умений, необходимых в производстве инновационных продуктов. При этом национальная система инноваций включает внутреннюю организацию фирм, межфирменные связи и взаимоотношения, государственный сектор, финансовый сектор и его институциональные системы, уровень интенсивности и организации НИОКР, организация национальной системы образования и профессиональной подготовки.

Похожая точка зрения обосновывается теорией предпринимательства, которую обосновывают внешние эффекты знаний, Фельдмана –Аудретча [5].

Таким образом, теории, в основе которых лежат факторы, связанные с технологическим прогрессом, такие как инновации, знания, человеческий капитал, являются в настоящее время основными, наиболее значимыми для повышения уровня конкурентоспособности региона и ускорения их социально-экономического развития.

На основе анализа упомянутых выше теорий экономического роста, обосновывающих влияние научно-технических и технологических факторов, считаем необходимым, сделать следующие основные выводы:

во-первых, постоянный, устойчивый рост на основе эндогенного научно-технологического прогресса, возможен только при условии целенаправленной человеческой деятельности;

во-вторых, развитие науки техники и технологии зависит не только от обладания запасами научных знаний, но и возможности их генерировать и использовать, извлекать новые конкурентные преимущества, непосредственно связанные со способностью экономических агентов интернационализировать постоянно возникающие положительные внешние эффекты знаний;

в-третьих, рассмотренные нами теории регионального развития позволили выделить в качестве связующего звена инновации на территориях, на которых происходит их распространение, с учетом социально-экономических показателей.

В заключение считаем необходимым подтвердить заявленную нами ранее гипотезу о том, что сущность научно-технических и технологических условий экономического роста следует рассматривать с точки зрения эндогенного подхода. Научно-технические и технологические факторы экономического роста – суть внутренние условия, важнейшими из которых является развитие человеческого капитала в обществе, являющегося источником прогресса на современном этапе развития общества.

Библиографический список

1. Оголева Л.Н., Радиковский Л.Н. Модели возникновения, освоения и материализации научных знаний // Экономический анализ: теория и практика, – 2008. – № 8. – С. 10–16.
2. Хаггет П. География: синтез современных научных знаний. – М.: Прогресс, 1979. – 685 с.
3. Enright M. The Geographical Scope of Competitive Advantage // Stuck in the Region? Changing scales for regional identity. – Utrecht. 1993. – pp. 87–102.
4. Feldman M., Audretsch D. Innovation in cities: science-based diversity, specialization and localized competition // European Economy Review. V. 43, № 2. 1999. – pp. 409–429.
5. Freeman J. H. Entrepreneurs as Organizational Products: Semiconductor Firms and Venture Capital Firms // Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth. CT: JAI Press, – Greenwich. 1986. – pp. 113–130.
6. Girsh H. Essays on Indexation and Inflation. DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research, – Washington. 1977. – pp. 25–61.
7. Gold B. Technical diffusion in industry: research needs and shortcomings // Journal of Industrial Economics, V. 39, № 3, March. 1981. – pp. 246–269.
8. Hagerstrand T. Aspects of the Spatial Structure of Social Communication and the Diffusion of Information // Papers and Proceedings of the Regional Science Association. 1966, V. 16, – pp. 27–42.
9. Hagerstrand T. Time-Geography: Focus on the corporeality of man, society, and environment, the Science and Praxis of Complexity. The United Nations University. – Tokyo. 1985. – 563 p.
10. Hermansen T. Development Poles and Related Theories // a Synoptic review, Conference on Growth Poles. UN: RUSD/71 August, – Geneva. 1971. – 76 p.
11. Lundvall B. A., Johnson B. The Learning Economy // Journal of Industry Studies, V. 1. 1994. – P. 23–42.
12. Maskell P., Larenzen M. The Cluster as Market Organization // DRUD Working Paper 03–14, 2003. – 29 p.
13. Rosenfeld S. Brining business clusters into the mainstream of economic development // European Planning Study. V. 5. № 1. 1997. – P. 295–336.
14. Solow, R. Technical Change and the Aggregate Production Function // Review of Economics and Statistics, V. 39 (3), 1957. – P. 312–320.
15. Swan T. Economic Growth and Capital Accumulation // Economic Record, V. 32, 1956. – P. 334–361.

16. Taafe E. J., Gauthier, M. Geography of transportation. 2nd edition. – Upper Saddle River. Prentice Hall, 1996. N.J. – 422 p.

17. Черковец В.Н. К новому качеству экономического роста и высокой социальной эффективности / В.Н. Черковец // Размышления о прошлом и настоящем. Очерки политической экономии. – М.: МГУ, 2014 г. [Электронная версия книги]. – Режим доступа: <https://books.google.ru/books?id=4JFuCwAAQBAJ&pg=PT201&lpg=PT201&dq> (дата обращения: 01.12.2018).

18. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_67315/c151b760696d665265187501c51f38cd84503634 (дата обращения: 02.12.2018).

Экономика труда

УДК 331

Богатырева М.Р., Мухаметлатыпов Ф.У. Нестандартные формы занятости как угроза социальной безопасности трудовых ресурсов Non-standard forms of employment as a threat to social security of labor resources

Богатырева Марина Руслановна, Мухаметлатыпов Филор Усманович

1. Кандидат социологических наук, доцент кафедры «Социология труда и экономика предпринимательства» ФГБОУ «Башкирский государственный университет», г.Уфа
2. Доктор социологических наук, профессор-консультант кафедры «Социология труда и экономика предпринимательства», ведущий научный сотрудник лаборатории исследований социально-экономических проблем регионов ФГБОУ «Башкирский государственный университет», г.Уфа
Bogatyeva Marina Ruslanovna., Mukhametlatypov Filor Usmanovich

1. Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department "Sociology of Labor and Economics of Entrepreneurship", Bashkir State University, Ufa

2. Doctor of Sociology, Professor and Consultant of the Department "Sociology of Labor and Economics of Entrepreneurship", leading researcher at the Laboratory for Research on Social and Economic Problems of the Regions, Bashkir State University, Ufa

***Аннотация.** Представлен анализ новых форм занятости населения, которые в последнее время появляются и коренным образом меняют содержание труда и формы трудовых отношений. Гибкие формы занятости и трудовые отношения объективно создают предпосылки для снижения социальной безопасности работников и провала социальной эффективности. Эта проблема особенно остро стоит в условиях отставания институциональной инфраструктуры рынка труда от реального состояния и движения социально-трудовых отношений, а также недоразвитости социальной ответственности бизнеса как характерной особенности зрелой социальной рыночной экономики. Таким образом, возможны препятствия для развития человеческого потенциала.*

***Ключевые слова:** занятость, трудовые ресурсы, человеческое развитие, новые формы занятости, рынок труда.*

***Abstract.** The analysis of the new forms of employment of the population, which recently appear and radically change the content of labor and forms of labor relations, is presented. Flexible forms of employment and labor relations objectively create prerequisites for reducing the social security of workers and the failure of social efficiency. This problem is particularly acute in the conditions of the lagging of the institutional infrastructure of the labor market from the real state and movement of social and labor relations, as well as the underdevelopment of the social responsibility of business as a characteristic feature of a mature social market economy. Thus, barriers to human development are possible.*

***Keywords:** employment, labor resources, human development, new forms of employment, labor market.*

Рецензент: Малых Ольга Евгеньевна, д.э.н., профессор кафедры экономической теории. ФГБОУ ВО «Уфимский государственный технический университет»

С точки зрения концепции человеческого развития новые формы занятости представляют интерес не только для количественного анализа тенденций в области занятости и его альтернатив - безработицы. Новые

формы и виды занятости (рис.1), появляющиеся в последнее время и коренным образом меняющие содержание труда и формы трудовых отношений, нуждаются в качественном анализе.



Рисунок 1. Нестандартные формы занятости

Степень, в которой эти новые формы работы затрагивают концепцию достойного труда, независимо от того, способствуют ли они достижению целей концепции человеческого развития, является предметом будущих фундаментальных исследований. В то же время, сегодня, основываясь на трудах национальных экономистов, уже можно делать выводы о состоянии и тенденциях развития занятости в России [2, 3, 4].

Изучение процессов формирования и проявления объективной зависимости концепции достойного труда и развития человека от занятости в реалиях современной России предполагает следующую логику:

оценка степени распространения новостей Формы занятости в России с уделением особого внимания нетрадиционным, удаленным и второстепенным работам, заимствованиям и выявлению причин, преимуществ и проблем этих видов занятости. В современной российской экономике необходимость ликвидации разрыва в экономических отношениях и формирования новых форм экономической активности с учетом основного критерия рынка - экономической эффективности - привела к появлению и обобщению этих новых форм занятости и, следовательно, трудовых отношений, таких как неформальная занятость, дистанционная занятость, занятая работа, вторичная занятость и т. д., в то время как соотношение «экономических» и «социальных» аспектов трудовых отношений является практически изученным.

Для каждого из этих новых видов занятости существует ряд причин и предпосылок, иногда очень разных. Например, неформальные трудовые отношения часто объясняются желанием уклониться от уплаты налогов, потому что для занятости нужны новые информационные технологии, а вторичная занятость требует, чтобы у работника было время и энергия, необходимая для заполнения дополнительных рабочих мест и т. д. Развитие этих гибких форм занятости имеет фундаментальное теоретическое объяснение: гибкость форм работы, формы участия в трудовых отношениях, нетипичные рабочие места становятся экономически выгодными как для работника, так и для работодателя. Работник имеет возможность более рационально сочетать занятость с другими видами деятельности - образованием, семейной работой и отдыхом. В новых условиях работодатель может гибко регулировать количество работников, интенсивность рабочей нагрузки и трудозатраты. В этом смысле можно предположить, что возможности для развития человека с использованием новых форм занятости получают новый импульс для их реализации [4].

Однако практика показывает, что гибкие формы занятости и трудовые отношения объективно создают предпосылки для снижения социальной защищенности работников и снижения социальной эффективности. Эта проблема особенно остро стоит в условиях задержки институциональной инфраструктуры рынка труда (законов и норм) в отношении реального состояния и эволюции социально-трудовых отношений, а также недостаточного развития корпоративной социальной ответственности как характеристика зрелой социальной рыночной экономики. Таким образом, могут быть препятствия для развития человека.

Изучение новых видов нестандартной занятости осложняется отсутствием или недостаточностью официальной статистики о непостоянных, частично занятых, удаленных, частично занятых и работниках второго уровня. неоплачиваемые семейные работники, работающие на частных фермах, а также временно уволенные работники. наемные работники, наемные работники, созданные работодателями, отчаявшиеся работники и другие так называемые «слабо связанные с рынком труда». Проблемы, связанные с классификацией всех форм и проявлений занятости, а также трудности учета нестандартных видов занятости, привели к появлению многочисленных альтернативных оценок расширения и роста. обогатить современное понимание состояния российского рынка труда.

Отдельные исследования позволяют нам отслеживать динамику типов работ, таких как случайные работы, на основе данных RLMS и ряда других источников. Временные работники [1,4] составляют

значительную долю работающих в России. В 2000 годах доля работников, занятых неполный рабочий день, и временных работников составляла 15%, а в 2010 годах достигла 32%, и есть предположение, что эта тенденция будет возрастать. В России доля тех, кто случайно занят, постепенно увеличивался, как и во время экономического кризиса, на фоне сокращения постоянной занятости, так и в период улучшения экономической ситуации, когда наблюдалось увеличение постоянной занятости, рост случайной занятости не прекращался. Временная и случайная занятость, инициированная работодателем, несомненно, направлена на повышение экономической эффективности, например, путем оптимизации числа сотрудников. В то же время вопросы социальной защиты временных или случайных работников остаются нерешенными по ряду причин, среди которых ведущее место занимает несовершенство законодательства и отсутствие контроля над его осуществлением. Как правило, при таких видах занятости заработная плата непропорционально сокращается, так как сотрудники теряют традиционные для России дополнительные платежи в конце квартала, полугодия, года, эти работники не подлежат надбавкам, бонусам, опционам. Кроме того, такие сотрудники не участвуют в профессиональном развитии, программах повышения квалификации, им не предоставляются дополнительные страховые взносы и т. д.

Развитие нестандартных форм занятости привело к другому явлению, называемому «прекариатом».

Кроме того, изначально это явление во всем мире вызывало повышенный интерес со стороны социологов и психологов, и только недавно экономисты начали уделять больше внимания изучению этого вопроса. Важной причиной этого является то, что процессы рандомизации, которые все чаще затрагивают средний класс населения в последнее время, довольно процветают.

Прекариат состоит из разных социальных групп современного общества и включает работников с различными формами нетипичной занятости, занимающихся профессиональной деятельностью в условиях нестабильности и нестабильности в течение длительного времени. Представители этого социального слоя не уверены в своем будущем, их права на работе являются только декларативными и нарушенными, социальные гарантии ограничены. Институционализация прекаризации трудовых отношений сопровождается ухудшением качества жизни и человеческого капитала. В будущем следует ожидать ухудшения этой проблемы, если мы не примем меры по институциональным изменениям в сфере труда. Институционализация нестабильности - не простой процесс, трудно предсказать его результаты. В результате сложно определить адекватную государственную политику для регулирования социально-трудовых отношений [5, 6].

Все вышесказанное еще раз подтверждает, что с точки зрения человеческого развития эти виды работ не могут быть оценены без двусмысленности без дополнительных фундаментальных исследований. Эмпирические исследования ненадежности необходимы для определения ценностей и предпочтений различных групп риска, а также для определения эффективных механизмов регулирования нестандартных социальных и рабочих отношений, разработки социальных норм, которые помогают уменьшить напряженность на рынке труда и препятствовать торговле. угрозы социальному обеспечению трудовых ресурсов.

Библиографический список

1. Бандюкова Т.С. Случайная занятость в России: численность, состав, мобильность // Проблемы рынка труда. 2004. М.: ГУ ВШЭ. 67с. [Электронный ресурс] URL: http://new.hse.ru/sites/infospace/podrazd/WP3_2004_05.pdf (дата обращения 27.11.2018).
2. Богатырева М.Р. Пилотный проект, как способ ликвидации острого дисбаланса спроса и предложения на региональном рынке труда // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2018. № 4 (63). С. 152-157.
3. Мухаметлатыпов Ф.У. Методология труда и капитала: концептуальная модель // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2018. № 2 (140). С. 27-30.
4. Колосова Р.П., Камалова Ю.Ф. Государство как субъект электронного рынка труда. Вестник Воронежского государственного университета // Сер. Экономика и управление, 2003., № 1, 53с.
5. Логинова Л. В. Прекаризация в системе социально-трудовых отношений: проблемы и перспективы институционализации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Социология. – 2016. – №. 3.
6. Богатырева М. Р., НАФИКОВА Г. З. Женская трудовая миграция как основной фактор прекаризации и нестабильности труда // Уровень жизни населения регионов России. – 2015. – №. 1. – С. 95-102.

УДК 33.338

Поскребышева А.А. Влияние роботизации на современные границы конкурентной зоны рынка труда

The impact of robotization on the modern boundaries of the competitive zone of the labor market

Поскребышева Алевтина Алексеевна

кандидат экономических наук, доцент
Башкирский государственный университет
Стерлитамакский филиал
Poskrebysheva Alevtina Alekseevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Bashkir State University
Sterlitamak branch

***Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы автоматизации и роботизации в деятельности человека. Делается предположение о том, что вместо профессии в современном состоянии человек будет владеть набором различных компетенций и навыков. Лидирующая позиция среди компетенций будущего – комплексное многоуровневое решение проблем.*

***Ключевые слова:** компетенции, прогнозы, креативность, роботизация, эмоциональный интеллект, конкуренция, бизнес-среда*

***Abstract.** The article deals with the problems of automation and robotization in human activity. It is assumed that instead of a profession in a modern state, a person will own a set of different competencies and skills. Leading position among the competencies of the future - a comprehensive multi-level problem solving.*

***Keywords:** competencies, forecasts, creativity, robotization, emotional intelligence, competition, business environment*

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва.

За последние десятилетия мы наблюдаем быстрые и необычайные успехи в развитии искусственного интеллекта. Появляются новые приложения в области обработки данных, финансовой сфере, здравоохранения, юриспруденции, образования и обеспечения обороноспособности государств [1].

Независимо от того, кто мы, где и кем мы работаем, пришло время заглянуть за пределы очевидного. Автоматизация, роботизация не являются чем-то новым – машины постепенно заменяют человека с момента промышленной революции. По нашим оценкам прогнозные тенденции на ближайшее будущее, с 2020 по 2035 годы будут выглядеть следующим образом.

Прогнозы в профессиональной сфере. Можно предположить, что вместо профессии в современном состоянии человек будет владеть набором различных компетенций и навыков, таких как:

– **Hard skills** – профессиональные навыки, которым можно научиться и которые можно измерить: набор текста на компьютере, вождение автомобиля, чтение, математика, знание иностранного языка, использование компьютерных программ.

– **Soft skills** – это умственные и межличностные компетенции: социальные, интеллектуальные и волевые: коммуникабельность, умение работать в команде, креативность, пунктуальность, уравновешенность.

Различие между **soft** и **hard skills** изложено в доктрине «Conference on Software Engineering», организованной The NATO Science Committee в 1968 году: **hard skills** являются навыками работы преимущественно с машинами, **soft skills** – навыками работы с людьми и бумагами.

Профессии-алгоритмы (секретарь, синоптик, бухгалтер, оператор call-центра, телефонист, библиотекарь, таксист, операционист, страховой агент, врач-диагност, почтальон), однотипные задачи, которых можно автоматизировать, будут исчезать или трансформироваться. За последние 100 лет более 600 профессий бесследно исчезли, еще 1000 сильно изменились.

Сегодня мало кто вспомнит, каким престижным был труд пилота дирижабля. В Париже перед началом Первой мировой войны конкурс на эту должность составлял до 50 человек на место.

– В 1916 году в Москве насчитывалось 16 тыс. легковых извозчиков (кучеров), а в 1936 году их было зарегистрировано всего 120.

– Летом 2014 года половина туристических компаний России стали банкротами.

– В 2017 году Сбербанк сократил по всей стране 30 тыс. юристов, их «место» заняли компьютерные программы.

– В начале 2018 года была признана утратившей необходимость профессия машинистки и стенографистки.

Аппарат **Nadrian X** укладывает 1000 кирпичей в час. Это в 8-10 раз больше, чем способен сделать человек. Как долго просуществует профессия «каменщик»? Алгоритм британского медицинского стартапа **Babylon Health** превзошел врачей по точности диагностики. Компания **CMR Surgical** представила первого британского робота-хирурга **Versius**. Стартап **May Mobility**, при поддержке **Toyota** и **BMW**, запустил в Детройте первую небольшую сеть беспилотного транспорта по фиксированному маршруту.

– Согласно докладу ВЭФ и компании **Strategy Partners** «Будущее рабочих мест 2018», практически 75 млн. человек в России потеряют свои рабочие места уже к 2020 году. Такое сокращение связано с развитием информационных технологий. Но появятся новые профессии, например такие как: IT-медик, специалист по выращиванию органов, нейрохирург по работе с памятью, биоэтик, биоинженер, специалист по кибербезопасности, и целый ряд других

По мнению издательства **Wired**, через некоторое время отличить человека от андроида будет непросто, и необходимо обязать роботов с момента знакомства извещать человека о своей природе, чтобы не вводить в заблуждение людей.

Пока компания Hanson – создатель знаменитого андроида Sophia – пытается убедить общество в человекоподобии своей разработки, другие создатели роботов, напротив, пытаются установить грань между людьми и машинами.

Компания Boston Dynamics в 2019 году собирается продавать роботов. Корпорация Oracle и фирма Future Workplace опросили 1320 «белых воротничков», чтобы узнать их отношение к искусственному интеллекту в рабочей среде. Хотя большинство респондентов никогда не сотрудничали с машинами, 93% из них готовы следовать командам робота.

Amazon ведет работу над сверхсекретным планом по созданию домашнего робота. На сайте Lab126 опубликованы десятки вакансий – компания ищет преимущественно инженеров-робототехников.

В мире примерно 70 миллионов инженеров, работа которых на 80% состоит из поиска уже готовых решений в интернете и «подгонки» их под существующие потребности. И только 20% приходится на новые решения. Способность творить является самым важным качеством. Так как мы будем жить в еще более информационно-насыщенном мире, важными качествами личности станут умение управлять вниманием и осознанность происходящего [2]. Осознанный выбор станет критически важен. Границу между человеческим и машинным интеллектом проводить не стоит – она все время сдвигается. Но у роботов и ИИ есть ограничения:

- Отсутствие взаимодействия с людьми – коммуникация, доверительные взаимоотношения требуют участия человека.
- Распознавание различных моделей или шаблонов. Роботы не понимают, в чем суть предмета или явления.
- Отсутствие здравого смысла.

Работодатель будет выбирать, кого «принимать» на работу: робота (алгоритм) или человека. В сфере профессий-алгоритмов предпочтение скорее будет отдано роботам – их содержание с учетом ремонта обойдется дешевле.

Компетенции будущего. Лидирующая позиция среди компетенций будущего сохраняется за Complex Problem Solving – комплексное многоуровневое решение проблем, то есть, умение решать сложные задачи, опознавать проблему, самому определять ее скрытый источник. Для понимания уровня будущей компетенции можно напомнить о существовании специалистов trouble shooter или кризис-менеджер [3]. Первого приглашают со стороны решить срочную сложную локальную задачу, а кризис-менеджер занимается длительными проектами.

В 2010 году компания Google обнаружила очень высокую текучесть кадров и установила, что продвижение менеджеров по службе было неправильным. Программисту в качестве менеджера нужен тот, кто поставит задачу, поможет урегулировать возможный конфликт с коллегами или соседним подразделением, объединит людей для решения общей задачи. А не тот, кто лучше его программирует. То есть человек, который обладает мягкими навыками межличностной коммуникации, такими как:

– **Critical thinking** – критическое мышление. Способ мышления, при котором анализируется поступающая информация и собственные убеждения и установки.

– **Creativity** – креативность, творчество. Способность к инновациям и моделированию, «видеть» то, чего еще нет в нашей реальности. «Я увидел ангела в куске мрамора, и мне захотелось освободить его», – Микеланджело о создании статуи Давида.

– **People management** – управление людьми.

– **Coordinating with others** – навыки координации, взаимодействия.

– **Emotional intelligence** – эмоциональный интеллект, эмпатия. Способность понимать эмоции, намерения и мотивацию, а также умение управлять своими эмоциями и эмоциями других людей.

– Оказалось, что техническая компетентность занимает лишь восьмое место из десяти факторов, влияющих на результативность начальника. Главное – межличностные навыки:

– **Judgment and decision-making** – суждение и принятие решений.

– **Service orientation** – клиенториентированность. В этой компетенции без развитого эмоционального интеллекта обойтись невозможно.

– **Negotiation** – умение вести переговоры.

– **Cognitive flexibility** (когнитивная гибкость): способность быстро переключаться с одной мысли на другую, обдумывать несколько объектов одновременно, держать в сознании разнородные и даже противоречивые идеи и при этом быть способным оперировать ими и действовать.

Признак первосортных мозгов есть умение держать в голове две взаимоисключающие мысли одновременно, не теряя при этом способности мыслить, – эти слова Френсис Фицджеральда актуальны сегодня как никогда. То есть, пять из десяти навыков находятся в сфере взаимоотношений. Четыре из десяти зависят от способности быстро соображать, видеть суть, находить решение проблем, генерировать новые идеи. Нужно изучать людей и их потребности, тренировать свой мозг для решения сложных когнитивных задач [4].

В самых прогрессивных отраслях через полтора-два года половина знаний перестают давать конкурентное преимущество. Чтобы создать его, нужно генерировать новые знания [5]. Если не обновлять знания, то их хватит на 3-5 лет. После этого можно оказаться за пределами конкурентной зоны рынка труда, независимо от того, какой вы окончили ВУЗ.

Критически важным будет умение работать с людьми в сложной среде сращивания человеческого и искусственного интеллекта, особенно с учетом того, что многие из них будут еще более высокоразвиты, чем сегодня.

Навык управлять конфликтами тоже важен. К сожалению, современная школа – не лучший помощник в освоении новых компетенций, так как зачастую превалирует технология единственного верного ответа

(формат тестов). Поэтому вопрос развития будущих работников ложится на плечи родителей, а потом и работодателей.

В будущем всевозможная информация будет доступна, образование будет сосредоточено вокруг концепций, принципов и образов, запоминать простые факты и цифры будет не нужно. У нас будет бесконечный доступ к информации в любое время и в любом месте [6]. Американский стартап Catalog уже разрабатывает технологию, которая позволит записывать до одного терабайта данных на ДНК-носитель.

Достаточно востребованной останется профессия психотерапевта, так как основная профессиональная деятельность людей будущего будет происходить в сфере разума, общения и другого рода взаимодействий, что будет вызывать психическое напряжение и истощение. Мы также будем «жить» в виртуальной и дополненной реальностях. Многие будут «сходить с ума» от быстрых изменений.

Управление коллективным и частным сознанием останется очень востребованной компетенцией среди спецслужб и в сфере рекламы: создание новой реальности при установлении приемлемых государственных институтов других государств и завоевании рынков сбыта товаров.

Необходимо владеть разными типами мышления. Мышление – это способность оперировать в сознании объектами и порождать новые. Мы используем разные алгоритмы и приемы: логическое, критическое, организационное, художественное, поэтическое виды мышления. Каждый тип мышления оперирует своими объектами. Впереди будут те, кто будет владеть несколькими сразу и будут способны мыслить как организатор, продавец, создатель гениальных решений, мотиватор команды, стратег – и все это в одном лице [7].

В последнее время говорится об исчезновении профессии переводчик. Считаем, что переводчики как профессия «отойдут в тень» не потому, что их место займут программы перевода (это маловероятно), а потому, что человек будущего будет свободно владеть несколькими иностранными языками. Но необходимо помнить, что высокопрофессиональный сотрудник должен владеть родным и иностранными языками на высоком уровне.

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., Минасян Л.А. Алгоритм моделирования управленческих решений в условиях неопределенности // Современные научные исследования и разработки. 2018. № 3 (20). С. 134-138.
3. Дудкина О.В., Минасян Л.А., Бородай В.А. Смысловая конструкция цели в стратегических решениях // Амея науки. 2018. Т. 3. № 7 (23). С. 245-252.
4. Бородай В.А. Рыночные императивы потребительского поведения в XXI веке // 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. 214-224.

5. Петренко А.С., Бородай В.А. Вектор эвритмии альтернативной бизнес-модели сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 2.

6. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.

7. Бородай В.А., Дудкина О.В. **Альтернативы гомогенизации системы мотивирования персонала сервисных компаний** // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 30.

Экономическая теория

УДК 338.1

Винокурова Е.А. Сравнительная характеристика методов оценки эффективности инвестиционного проекта

Comparative characteristics of methods for evaluating the effectiveness of investment projects

Винокурова Екатерина Андреевна

Магистрант кафедры «Экономика в строительстве»

Тюменский индустриальный университет

Научный руководитель

Фирцева С.В., к.э.н, доцент кафедры «Экономика в строительстве»

Тюменский индустриальный университет

Vinokurova Ekaterina Andreevna

Undergraduate, Department of Economy in the construction ,

the Tyumen industrial university;

Firtseva Svetlana Valeryevna,

Ph.D., Associate Professor, Department of Economy in the construction,

the Tyumen industrial university.

***Аннотация.** В статье представлен общий анализ методик оценки эффективности инвестиционного проекта. Выявлены достоинства и недостатки каждого из методов оценки инвестиционного проекта, предложено сочетание двух наиболее эффективных методик.*

***Ключевые слова:** методика, оценка эффективности инвестиционного проекта, сравнительный анализ, эффективность, инвестиции.*

***Abstract.** The article presents a general analysis of methods for evaluating the effectiveness of an investment project. The advantages and disadvantages of each of the investment project appraisal methods have been identified, a combination of the two most effective methods has been proposed.*

***Keywords:** methodology, evaluation of investment project efficiency, comparative analysis, efficiency, investments.*

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва.

В современном мире обстановка, которая складывается в государствах, особенно в финансовой сфере, отмечается нарастающим уровнем проблематики, устойчивыми трансформациями внешней среды и отсутствием остаточной информации об экономической обстановке. Соответственно, до вынесения различного рода решений, преимущественно управленческих, целесообразно оценить его будущую эффективность. Несмотря на существующее в настоящее время достаточное количество показателей

эффективности, оценка эффективности инвестиционного проекта (ОЭИП) сопровождается трудностями и проблемами. Для совместного решения этих проблем, или хотя бы их части, подготавливаются многочисленные методики, модели, рекомендации и подходы к ОЭИП. Из них наиболее известными зарубежными методиками в теории и практике инвестиционного менеджмента являются:

- методика фирмы Goldman, Sachs&Co;
- методика фирмы Ernst & Young;
- методика Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР);
- подходы Всемирного банка;
- метод «затраты-выгоды» (cost-benefit analysis);
- методика Организации Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО);
- метод Литтла - Миррлиса.

Методики Goldman, Sachs&Co, Ernst & Young и ЕБРР в основном считаются направлениями в разработке основного документа инвестиционного проектирования (ИП) - бизнес-плана. Специалисты компании Goldman, Sachs&Co рекомендуют применять в расчетах официальные статистические данные, подверженные в меньшей степени предумышленным искажениям, например, информацию об изменениях цены на строительные материалы и энергоресурсы [1]. Фирма Ernst & Young использует для ОЭИП скорректированную текущую стоимость (adjusted present value, APV) [2]. Но существует определенная сложность в применении данной методики: APV корректирует чистую приведенную стоимость (NPV) на сумму финансовых расходов на эмиссию акций, выпуском которых занимаются далеко не все организации в России, а также не учитывает риски инвестиций [2]. Методика ЕБРР является наиболее точной из рассматриваемых, так как при ее использовании от составителя потребуется наличие солидного опыта в разработке бизнес-планов в целом и ОЭИП.

Всемирный банк использует для осуществления ОЭИП проектный анализ [2]. Проектный анализ - это методика оценки в основном социальной значимости проекта, чем коммерческой. Проект считается эффективным для инвестирования, если он надежный, финансово реализуемый и соответствует целям, поставленным Организацией Объединенных Наций (ООН). При ОЭИП по методике Всемирного банка рассчитываются основные показатели эффективности, такие как срок окупаемости и NPV, а также критерий Бруно, который позволяет осуществить ОЭИП в теневых ценах чистых сбережений. Использование критерия Бруно в российской обстановке проблематично из-за специфики ведения бизнеса в Российской Федерации. Отсутствие в методике индекса доходности (PI), который показывает относительную эффективность инвестиционного проекта, также является недостатком применения методики проектного анализа.

Метод «затраты-выгоды» изобретен во Франции в XIX в., позже стал применяться в США, в 1940-е гг. начал активно развиваться [3]. В это время экономисты впервые задались целью найти оптимальное соотношение между затратами и выгодами. Данный метод находится в стадии активного изучения, и исследователи еще не сформировали его окончательный вариант. Метод базируется на вычислении чистой

текущей стоимости от осуществления того или иного ИП. Методика позволяет рассчитать выгоды и затраты в различные временные промежутки для принятия приемлемого решения об инвестировании в проект на базе расчета NPV. Недостатками метода является сравнительно низкая точность при учете выгод, неполнота анализа некоммерческих выгод и воздействия перераспределения денежных ресурсов на результативность проекта, кроме того, при использовании данной методики, наблюдается неточность в результатах ОЭИП.

Формирование методики ЮНИДО стало своеобразным прогрессом в развитии метода «затраты-выгоды». В данной методике оценивается коммерческая и социальная эффективность разработки ИП [3]. Метод ЮНИДО формирует окончательную причину инвестиций на основании необходимости создания товаров, услуг и энергии, следовательно, проектные затраты и выгоды измеряются относительно потребления. На основе характеристик внутреннего спроса методика определяет теневые цены или оценивает показатель готовности потребителей заплатить за определенный товар или услугу и применяет суммарное потребление как единицу измерения. Методика ЮНИДО состоит из пяти основных этапов, каждый из которых оценивает ИП с различных сторон. Ни один из этих этапов сам по себе не способен обеспечить достаточными данными для принятия положительного решения об инвестировании в проект, так как каждый этап показывает результаты, которые оцениваются с определенной позиции. Это результаты от проекта, оказывающие влияние на прибыль инвестора, на возможность использования имеющихся ресурсов в стране, соотношение спроса и потребления в государстве, распределение доходов или другие цели, которые лица, ответственные за принятие решения, пожелают рассмотреть. Методика ЮНИДО напрямую взаимосвязана с планированием развития государства. Она основана на том утверждении, что благоприятное развитие страны осуществляется при целесообразном распределении ресурсов внутри государства и, по существу, опирается на оптимальные решения при планировании.

Метод Литтла - Миррлиса является альтернативой методике ЮНИДО, применяется при вычислении стоимости товаров и услуг в международных ценах. Если продажа товара осуществляется только на внутреннем рынке, то применяются комплексные преобразования внутренних цен в международные. Данный метод имеет определенные недостатки [4]: теории отбора ИП базируются на структуре плановой экономики с неограниченным предложением трудовых ресурсов; мировые цены на продукцию в высокой мере подвержены влиянию спекуляции, что в конечном итоге может привести к неточным результатам ОЭИП по этому методу; при вычислении коэффициентов конвертации цен возможны ошибки из-за недостатка информации или недостаточной квалификации аналитиков; методика требует большого количества дополнительных вычислений в период реализации ИП в связи с возможными изменениями мировых цен на товары и услуги и, соответственно, необходимостью получения новых коэффициентов для конвертации цен.

В России во времена советского периода для ОЭИП использовалась методика определения экономической эффективности, созданная группой ученых под руководством академика Т.С. Хачатурова [5]. В ходе расчетов основными показателями являются срок окупаемости капиталовложений и величина экономического эффекта. После их определения принимается решение о выборе наиболее оптимального

проекта – аналога. Эта методика не может использоваться в настоящее время для ОЭИП, поскольку не учитывает разновременности денежных потоков, влияние инфляции, рисков и неопределенности на реализацию ИП.

В конце 1980-х гг. на замену этой методике ввели методические рекомендации по совокупной оценке эффективности действий, выполняемых для ускорения научно-технического прогресса. Рекомендации были созданы специалистами во главе с Д.С. Львовым [6]. В этом методе учитывались социальные и экологические последствия реализации ИП. Особенностью методики является ввод коэффициента эффективности единовременных затрат, но также существует характерный недостаток, область применения строго ограничена экономической системой, существовавшей в то время. В ней также не учитывается влияние инфляции, риска и неопределенности на эффективность ИП.

Целесообразным решением в условиях переходного периода экономической системы в 1990-е гг. стало формирование новой методики ОЭИП. В 1993 г. были разработаны Методические рекомендации по оценке, классификации и выбору ИП для будущего финансирования [7].

После очередных изменений в российской экономике возникла необходимость в усовершенствовании методических рекомендаций [7]. В 1999 г. по этой причине была разработана и утверждена их вторая редакция [13], действующая в Российской Федерации в данный момент. При разработке второй редакции экономисты учитывали специфику ОЭИП в условиях рыночной и плановой экономики. В целом, методические рекомендации подняли качество исполнения ИП на более высокий уровень, упростили процесс оценки ИП, способствовали укреплению частно-государственного партнерства, а также взаимосвязи в области инвестирования между российскими и зарубежными специалистами.

Принятие второй редакции методических рекомендаций оказало положительное влияние на развитие России, так в экономической, законодательной и отраслевой сферах состоялись заметные реформы, возникла потребность в создании новых методик поддержки принятия решений в сфере инвестирования, учитывающих последние тенденции условий инвестирования. В Российской Федерации в 2004 г. была проведена реформа системы государственного управления, и именно по этой причине частично одобренная третья редакция методических рекомендаций не была утверждена [8].

Положительными аспектами создания методических рекомендаций и их редакций стали переход от статических методов ОЭИП к динамическим, принимающим во внимание воздействие фактора времени; разработка структуры нормативных критериев эффективности проекта; изучение коммерческой, общественной и других видов эффективности ИП; учет при ОЭИП влияние показателей инфляции, риска и неопределенности на успешность реализации ИП.

Из основных недостатков методических рекомендаций по ОЭИП можно обозначить следующие [12]:

- отсутствие прозрачности у метода, то есть достоинства и недостатки каждого из критериев, конкретная обстановка и специфика их использования для ОЭИП;
- величина ставки дисконтирования, применяемая в расчетах, не имеет точного обоснования;

Вид анализа	Методика							
	Фирмы Goldman, Sachs & Co	Фирма Ernst & Young	Европейского банка реконструкции и развития	Всемирного банка	«Затраты-выгоды»	ЮНИДО	Литтла-Миррлиса	Метод.реком. по оценке ИП (2-я редакция)
Цель анализа	Доказать инвестору целесообразность инвестирования проекта							
Отраслевая направленность	-	-	Малый бизнес	-	-	Промышленность	-	Инновационные проекты
Распространенность применения методики	+	+	+	+	-	-	-	-
Адаптивность к современным рыночным условиям	+	+	+	+	-	-	-	-
Наличие программного обеспечения для проведения оценки	-	-	-	-	-	+	+	-
Простота выводов и наглядность результатов	-	-	+	+	-	+	+	-

Исходя из проведенного анализа можно сделать вывод о том, что наиболее благоприятными и рациональными методиками ОЭИП являются методики ЮНИДО и Всемирного банка.

Таким образом, в современных условиях развития рынка целесообразно создать методику оценки эффективности проектов на основе сочетания двух вышеуказанных методик.

Из таблицы 1 видно, что основными недостатками методики ЮНИДО являются:

- отсутствие учета рисков, сопровождающих осуществление ИП;
- отсутствие адаптивности к российской налоговой системе;
- отсутствие нормативных регламентов по ценовой политике на продукцию и объемам ее производства, в то время как эти параметры являются одними из основных при оценке эффективности.

Вышеперечисленные ограничения способны снять методикой Всемирного банка, так как в основе ее заложен проектный анализ.

Существует необходимость исключения из методики Всемирного банка расчета критерия Бруно, поскольку на основании вышеизложенного материала данный показатель отображает специфику ведения зарубежного бизнеса, а не Российской Федерации.

Методика ЮНИДО, в свою очередь, может предоставить расчет индекса доходности PI, на основе которого будет дана полная оценка относительной эффективности ИП.

На наш взгляд, объединение методик ЮНИДО и Всемирного банка, позволит наиболее рационально, точно и адекватно оценить эффективность ИП.

Библиографический список

1. Ткаченко А.Н. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Учебное пособие. М.: Новокузнецк: НФИ КемГУ, 2003.-78 с.
2. Липсиц И.В., Коссов В.В. Инвестиционный проект. М.:Бек, 1996.-150 с.
3. Виленский П.А., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. М.: Дело, 2002.-888 с.
4. Христенко П.Р. Анализ эффективности инвестиционных проектов. М.: Лаборатория книги, 2010.-58 с.
5. Данчева М., Костова С. Управление маркетинговыми исследованиями в системе практического обучения маркетингу – организация, методы сбора, обработки и анализа информации (на примере МТ&М колледжа в Софии) // Vadyba. Journal of Management 2009. № 2. С. 163 –170.
6. Красильников А.И. Анализ инвестиционной деятельности. М.: Лаборатория книги, 2010.-48 с.
7. Комплексная оценка эффективности мероприятий, направленных на ускорение научно-технического прогресса. Методические рекомендации и комментарии к их применению. М.: Информэлектро, 1989.
8. Крылов Э.И., Власова В.М., Пешкова Г.Ю. Методологические вопросы управления процессами реализации инновационно – инвестиционных проектов. М.: ГУАП-Москва, 2001.-252 с.

УДК 339.1

Фахуртдинова М.А., Волошин А.В. Обзор теоретических подходов к определению сущности коммерческой деятельности
A review of theoretical approaches to the definition of commercial activities

Фахуртдинова М.А., бакалавр

Научный руководитель: кандидат экономических наук,

доцент **А.В. Волошин**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

Сибирский федеральный университет

г. Красноярск, Россия

Fakhurtdinova M.A., bachelor

Supervisor: Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor A.V. Voloshin

Federal state autonomous educational institution

higher education

Siberian Federal University

Krasnoyarsk, Russia

***Аннотация.** В статье представлен обзор существующих теоретических подходов к определению сущности коммерческой деятельности. Анализ представленных точек зрения позволил автору выявить основные закономерности и противоречия в определении предмета исследования у различных авторов. Автор статьи рассматривает как соотносятся понятия «предпринимательство» и «коммерческая деятельность», «торговля» и «коммерческая деятельность», исследует роль «коммерческой деятельности в процессе товарного обращения.*

***Ключевые слова:** коммерческая деятельность, коммерческая работа, коммерция, предпринимательство, процесс купли-продажи, спрос и прибыль.*

***Abstract.** The article presents an overview of the existing theoretical approaches to the definition of the essence of commercial activity. The analysis of the presented points of view allowed the author to reveal the main regularities and contradictions in the definition of the subject of research in different authors. The author examines the relationship between the concepts of "entrepreneurship" and "commercial activity", "trade" and "commercial activity", explores the role of "commercial activity in the process of commodity circulation.*

***Keywords:** commercial activity, commercial work, Commerce, entrepreneurship, the process of sale, demand and profit.*

Рецензенты: 1. Коюпченко Ирина Николаевна, к.т.н., доцент, доцент кафедры математических методов и информационных технологий. ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

2. Нечушкина Елена Алексеевна, к.т.н., доцент кафедры торгового дела и маркетинга. ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Современное понимание предпринимательства неотделимо от понятия «коммерческая деятельность», которая выступает в качестве основы и, одновременно, служит воплощением

предпринимательской деятельности. Большое число исследований, посвященных изучению сущности предпринимательства и коммерческой деятельности, не позволяют определить, как соотносятся эти категории, какова роль коммерческой деятельности в развитии торговли, и какое место она занимает в системе товарного обращения.

Исследование теоретических подходов к определению сущности коммерческой деятельности позволяет выделить позиции следующих авторов: Абчук В.А., Альбеков А.У., Богданова, Ю. Н., Балацкий Е.В., Брагин Л.А., Данько Т.П., Бросалин В.И., Крылова Н.Н., Бунеева, Р.И. , Василенко М.В., Ветцель К. Я., Виноградова С.Н, Воронкова О.В., Вылгина Ю.В., Демченко, Л.И., Каплина, С.А., Коротких И. Ю. , Левкин Г. Г., Молоткова Н.В., Соседов Г.А., Осипова Л.В., Синяева И.М., Памбухчиянц О.В., Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К., Самигулин Э.В. [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21].

Большинство авторов рассматривает коммерческую деятельность или коммерцию как неотъемлемую часть экономических отношений. По мнению Ю.Н. Богдановой [3], коммерческая деятельность – это обширная сфера оперативно-организационной деятельности, в которой задействованы торговые организации и предприятия, преследующие цель совершенствования процессов купли-продажи товаров с целью удовлетворения спроса населения и получения выгоды.

Некоторые исследователи, О.В. Памбухчиянц, С.А. Каплина, Ф.Г. Понкратов, Т.К. Серегина, К. Я. Ветцель., Р.И. Бунеева, Л.И. Демченко, Ю.С. Лекарева [19, 14, 20, 9, 7, 13], рассматривают в качестве главной цели коммерческой деятельности удовлетворение спроса и получение прибыли. В то же время, они не демонстрируют единства в отношении оценки влияния эффективности коммерческой деятельности субъектов предпринимательства на экономику конкретных рынков, регионов и др. Например, Л.В. Осипова и И.М. Синяева рассматривают коммерческую деятельность как функцию предпринимательства [18].

О.В. Памбухчиянц, в своих работах [19], определяет коммерческую деятельность, как некоторую совокупность торгово-организационных операций, которые выполняются последовательно друг за другом. В то же время, ряд авторов определяют сущность коммерческой деятельности с правовой точки зрения. В частности, С.А. Каплина [14] рассматривает её как деятельность физических и юридических лиц по осуществлению процесса купли продажи, в результате которого происходит удовлетворение спроса и получение прибыли. В юриспруденции понятие коммерческая деятельность находит еще одну трактовку, которая используется Л.А. Баргиным: «коммерция – набор действий и условий, обеспечивающих наиболее выгодные условия для каждого из партнеров, ориентированных в первую очередь на интересы и запросы потребителей» [5, 14, 19].

Основой коммерческой деятельности является процесс купли-продажи. К такому заключению пришли практически все теоретики и практики в области экономики. Исходя из этого заключения А.У. Альбеков трактует понятие коммерческой деятельности как комплекс операций, направленный на обеспечение процесса купли-продажи товаров в сфере товарного обращения [2].

Р.И. Бунеева и К.Я. Ветцель [7, 9] соглашаясь с точкой зрения А.У. Альбекова [2], рассматривают процесс купли-продажи как основу коммерческой деятельности. При этом, К.Я. Ветцель, трактует её сущность, как обширную сферу оперативно-организационной деятельности организации, с характерными для нее закономерностями функционирования.

Демченко Л.И. и Лекарева Ю.С. [13] при определении сущности коммерческой деятельности реализуют системный подход, рассматривая её как сложную оперативно-организационную систему. Главной целью этой системы является обеспечение процессов купли-продажи для полного удовлетворения спроса потребителей, а также получения прибыли, что достигается, в том числе, посредством учета текущих и прогнозируемых рыночных тенденций. Также особенностью коммерческой деятельности является возможность взаимовыгодного сотрудничества среди участников торгового оборота.

Однозначное определение сущности коммерческой деятельности, на сегодняшний день, невозможно в силу продолжающийся дискуссии о соотношении понятий «предпринимательская» и «коммерческая» деятельность. Указанная неопределенность проявляется в работах Ф.Г. Понкратова и Т.К. Серегинной, которые рассматривают предпринимательскую деятельность более широкое понятие. Авторы [20] отмечают, что коммерческая работа это часть предпринимательской деятельности и отличается от неё только тем, что она не охватывает сам процесс производства товара. О.В. Воронкова [11] так же рассматривает коммерческая деятельность как часть исключительно процесса обращения, с ее точки зрения она представляет собой товарно-денежный обмен, в процессе которого товары от поставщика переходят в собственность торгового предприятия с ориентацией на потребности рыночного спроса. Н.В. Молоткова, Г.А. Соседов, Г. Г. Левкин отождествляют понятия коммерческой деятельности и предпринимательства, определяя её сущность как упорядоченную хозяйственную деятельность, направленную на получение прибыли. [20, 11, 17, 16]. Однако Ю.В. Вылгина и М.В. Василенко в корне не согласны с предыдущим утверждением. По их мнению, коммерческая деятельность охватывает производство товаров, это обусловлено ее комплексным характером. Также авторы утверждают, что коммерция является основой торговли, однако не стоит относить к торговле любую коммерческую деятельность [12, 8].

Виноградова С.Н. [10], в содержание коммерческой деятельности вкладывает не только комплекс торгово-организационных операций, но и процесс управления товарными потоками с целью получения прибыли и удовлетворения потребностей покупателей. Эффективная коммерческая деятельность невозможна без учета рыночного спроса, она предполагает процесс товарного обмена, в результате которого происходит передача права собственности на товар и удовлетворение потребностей потребителей В.А. Абчук, Е.А. Балицкий [1,4].

И. Ю. Коротких в своих трудах отмечает, что коммерческая деятельность – понятие более широкое, чем торговля, аргументируя это совершенствованием процессов и операций, непосредственно связанных с реализацией товаров. Однако В.И. Бросалин и Н.Н. Крылова не разделяют данного мнения противопоставляя ему этимологию слова «коммерция». В своих работах они акцентируют внимание на том, что слово

«коммерция» происходит от латинского «*commercium*», что в переводе означает «торговля» [6,15]. В работе Э.В. Самигулина [21] под коммерческой деятельностью подразумевается вся торговая деятельность в целом. Он отмечает, что коммерческая деятельность «сопровождает» товар на протяжении всего жизненного цикла, начиная от оптовой закупки, заканчивая реализацией.

Таким образом, можно сделать вывод, что коммерческая деятельность – это определенная совокупность торгово-организационных операций, в результате которых реализуется процесс купли-продажи, удовлетворяются потребности рынка. Данная совокупность операций сопровождается условием взаимной выгоды для всех участников сделки, а также учитывает текущую рыночную конъюнктуру.

В нынешних экономических условиях, когда возникает большое количество товаров субститутов, успешное существование на рынке гарантируется не малым торговым предприятиям, а крупным сетям, которые ставят перед собой задачу совершенствования процесса купли-продажи посредством внедрения инновационных технологий.

Библиографический список

1. Абчук, В.А. Коммерция: учебник [Текст] / В.А. Абчук. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2011. – 475 с.
2. Альбеков, А.У. Экономика коммерческого предприятия: учеб пособие для вузов [Текст] / А.У. Альбеков, С. А. Согомонян. - Ростов на Дону: Фенкс, 2014. - 447 с.
3. Богданова, Ю. Н. Организация коммерческой деятельности предприятия : учебное пособие [Текст] / Ю.Н. Богданова. – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 138 с.
4. Балацкий, Е.В. Элементы экономики государственного сектора. Учебник [Текст] / Е.В. Балацкий. – М.: инфра-м, 2009. – 427 с.
5. Брагин, Л.А. Торговое дело: экономика и организация. разное. Учебник [Текст] / Л.А. Брагин, Т.П. Данько. - М.: ИНФРА-М, 1997. – 256 с.
6. Бросалин, В.И. Коммерческая деятельность: учеб. пособие [Текст] / В.И. Бросалин, Н.Н. Крылова. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. – 92 с.
7. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управления: учебник [Текст] / Р.И. Бунеева. - Ростов на Дону: Феникс, 2012. – 350с.
8. Василенко, М.В. Коммерческая деятельность: учебное пособие [Текст] / М.В. Василенко. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «Уральский государственный технический университет – УПИ», 2008. – 57 с.
9. Ветцель, К. Я. Коммерческая деятельность: учебное пособие [Текст] / К. Я. Ветцель. – Красноярск: Сибирский федеральный ун-т: ИПК СФУ, 2009. – 180 с.

10. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебное пособие [Текст] / С.Н. Виноградова. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 180 с.
11. Воронкова, О.В. Коммерческая деятельность : учебное пособие [Текст] / О.В. Воронкова. – Тамбов : Изд-во ГОУ ВПО ТГТУ, 2010. – 80 с.
12. Вылгина, Ю.В. Коммерческая деятельность: учебное пособие [Текст] / Ю.В. Вылгина. – Иваново: ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина», 2013. – 98 с.
13. Демченко, Л.И., Коммерческая деятельность на потребительском рынке: учебник [Текст] / Л.И. Демченко, Ю.С. Лекарева. – Оренбург: Изд-во «Агентство Пресса», 2010. – 96 с.
14. Каплина, С.А. Организация коммерческой деятельности: учебное пособие [Текст] / С.А. Каплина - Ростов на Дону Феникс, 2008. – 415с.
15. Коротких, И. Ю. Основы коммерческой деятельности: учеб. пособие [Текст] /Ю.И. Коротких. – М.: Издательский центр «Академия», 2013 – 208 с.
16. Левкин, Г. Г. Основы коммерции: конспект лекций [Текст] / Г.Г. Левкин. – Москва: Директ-Медиа, 2016. – 109 с.
17. Молоткова, Н.В. Основы коммерческой деятельности: учеб. пособие [Текст] / Н.В. Молоткова, Г.А. Соседов. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. – 152 с.
18. Осипова, Л.В., Основы коммерческой деятельности. практикум [Текст] / Л.В. Осипова, И.М. Синяева. – М.: Юнити, 2014. – 364 с.
19. Памбухчиянц, О.В.. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник [Текст] / О. В. Памбухчиянц.– М., 2013. – 640 с.
20. Панкратов, Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: учебное пособие [Текст] / Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина. – М.: Информационно-вычислительный центр «Маркетинг», 1998. – 328 с.
21. Самигулин, Э.В. Коммерческая деятельность розничного торгового предприятия: учебное пособие / Э.В. Самигулин. – Бишкек, 2010 – 176 с.
22. Терещенко, Н.Н. Механизм управления эффективностью деятельности предприятий торгового бизнеса: монография [Текст] / Н.Н. Терещенко Ю.Ю. Суслова, Е.В. Титова, Т.А. Клименкова. – Красноярск: ООО "ИПЦ" КаСС", 2005. – 440с.
23. Суслова, Ю.Ю. Качество жизни населения, как комплексный показатель оценки рыночной инфраструктуры города [Текст] / Ю.Ю. Суслова // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 4 (28). – С. 415-419.
24. Белоногова, Е.В. Методические подходы к оценке эффективности систем материального стимулирования труда работников торговых организаций [Текст] / Е.В. Белоногова, Ю.Ю. Суслова, А.В. Волошин // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 8-1. – С. 96-101.

25. Волошин, А.В. Экономический механизм как инструмент повышения эффективности деятельности предприятий: сб. науч. трудов [Текст] / А.В. Волошин // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2016. – С. 173-177.

26. Волошин, А.В. Конкурентоспособность региона как предмет исследования экономической науки [Текст] / А.В. Волошин, Ю.Л. Александров, С.Н. Шестов, Е.В. Белоногова // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 10-1. – С. 113-118.

27. Волошин, А.В. Формирование механизма повышения конкурентоспособности организаций высшего образования на рынке образовательных услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 [Текст] / А.В. Волошин [Место защиты: Сибирский федеральный университет]. – Красноярск, 2017. – 307с.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 12/2018

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. 2,9. 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