

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

# УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Материалы  
IV Всероссийской научно-практической конференции  
с международным участием  
(г. Ульяновск, 18 мая 2021 года)

Сборник научных трудов

Ульяновск  
УлГТУ  
2021

УДК 332.012.2  
ББК 65.011  
У 67

**Редакционная коллегия:** профессор Лазарев В.Н. (отв. редактор),  
доцент Волкова Е.А.,  
доцент Пирогова Е.В.,  
доцент Чурашкина А.В.,  
ассистент Шуленкова Т.А.

**Рецензенты:** директор Института экономики и бизнеса Ульяновского государственного университета, зав. кафедрой экономики и предпринимательства, д.т.н., профессор Е.М. Белый;  
директор Ульяновского филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», зав. кафедрой экономики и государственного управления, к.э.н., доцент В.В. Ваховский.

**Управление развитием социально-экономических систем :**  
У 67 материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Ульяновск, 18 мая 2021 года) : сборник научных трудов [Электронный ресурс]. – Электрон. данные. Ульяновск : УлГТУ, 2021. – 189 с.

ISBN 978-5-9795-2163-3

В сборнике собраны статьи участников IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Управление развитием социально-экономических систем», состоявшейся в г. Ульяновске 18 мая 2021 года.

Представлены труды преподавателей, аспирантов, магистров, бакалавров и их руководителей по актуальным вопросам развития социально-экономических систем различных уровней управления.

Сборник может быть полезен специалистам в области экономики, предпринимателям, государственным служащим, преподавателям вузов, аспирантам, магистрам и студентам.

Статьи представлены в авторской редакции.

**УДК 332.012.2**  
**ББК 65.011**

ISBN 978-5-9795-2163-3

© Колл. авторов, 2021  
© Оформление. УлГТУ, 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| <b>S. Grigoryan, I. Gogchyan</b><br>REGULATION OF THE SECURITIES MARKET .....  | 7  |
| <b>М.П. Алешин</b><br>ЦИФРОВИЗАЦИЯ В ОТРАСЛИ ЛОГИСТИКИ .....   | 10 |
| <b>М.П. Алешин</b><br>ОСНОВНЫЕ РИСКИ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В ПРОЦЕССЕ АУТСОРСИНГА ..  | 13 |
| <b>М.П. Алешин</b><br>ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В ФИНАНСОВОМ<br>СПЕКТРЕ ОРГАНИЗАЦИИ .....  | 15 |
| <b>Е.П. Арасланова</b><br>КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ПОДБОРЕ ПЕРСОНАЛА .....  | 18 |
| <b>Д.А. Архипов</b><br>АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ДЕЛОВОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ...   | 21 |
| <b>А.С. Боровская</b><br>ВЛИЯНИЕ НЕФТЕДЕСТРУКТОРОВ НА ХИМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ<br>АЛЛЮВИАЛЬНЫХ ДЕРНОВЫХ ТИПОВ ПОЧВ ПРИ РЕКУЛЬТИВАЦИИ<br>НЕФТЕЗАГРЯЗНЕННЫХ ЗЕМЕЛЬ .....                | 25 |
| <b>Е.В. Быковская</b><br>ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА<br>ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ИННОВАЦИОННЫЕ<br>ТЕХНОЛОГИИ КАК ТОЧКИ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ..... | 30 |
| <b>Н.С. Васильева</b><br>ВЫЯВЛЕНИЕ ФИРМ-ОДНОДНЕВОК ВНЕШНИМИ<br>НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ .....  | 41 |
| <b>Е.А. Волкова, С.С. Лапина</b><br>ВАЖНОСТЬ ВЗАИМОВЛИЯНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ И<br>УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ .....   | 46 |
| <b>Е.А. Волкова, Д.А. Санникова</b><br>КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ .....   | 51 |
| <b>А.В. Ганичева, А.В. Ганичев</b><br>МЕТОД ЭКСПЕРТНОГО ОЦЕНИВАНИЯ СВОЙСТВ ЛИЧНОСТИ<br>УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РАБОТНИКА .....   | 57 |
| <b>Д.Н. Ганченко</b><br>МОНИТОРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОГО<br>КОНТРОЛЯ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ .....   | 60 |
| <b>О.А. Герасименко</b><br>ПАТТЕРН ИЗМЕНЕНИЯ ПОВЕДЕНИЯ КЛИЕНТА КАК ВОЗМОЖНОСТЬ<br>ВСТРАИВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В<br>МЕТОДОЛОГИЮ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ .....     | 64 |
| <b>К.И. Герасимова, И.С. Большухина</b><br>ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ НА<br>МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ .....  | 68 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>М.П. Глушкова, Т.В. Достова, М.М. Гогина</b><br>МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА<br>СОКОВ .....                                   | 75  |
| <b>С.А. Даллакян</b><br>ДИВЕРСИФИКАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА РА: ПРОБЛЕМЫ И<br>ПЕРСПЕКТИВЫ .....   | 78  |
| <b>Ж.В. Доможилкина, С.С. Чернигина</b><br>ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА: ВЛИЯНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ<br>СТАНДАРТОВ .....  | 83  |
| <b>Е.А. Дорошенко</b><br>РЕГИОНАЛЬНОЕ МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА<br>ВИДЕОКАРТ .....  | 86  |
| <b>К. Забугина, Д. Палагина</b><br>МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА<br>ГЛАЗИРОВАННЫХ СЫРКОВ .....                                    | 90  |
| <b>Д.А. Завьялова</b><br>ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ<br>КОНКУРЕНТНЫХ ЗАКУПОК .....   | 95  |
| <b>А.А. Игонин</b><br>АНАЛИЗ СТЕЙКХОЛДЕРОВ НА ПРИМЕРЕ ПАО «МАГНИТ» .....   | 97  |
| <b>В.С. Калинина</b><br>МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА ВОДИТЕЛЕЙ<br>АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ .....  | 102 |
| <b>А.И. Краснопольская</b><br>ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ<br>ПРЕДПРИЯТИЕМ .....   | 105 |
| <b>П.В. Краюшкина</b><br>РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОСТАВЛЯЮЩИХ<br>КАЧЕСТВАХ ЛИДЕРА .....   | 108 |
| <b>Р.А. Крлыков, М.В. Рыбкина</b><br>РЫНОК ТРУДА НАСЕЛЕНИЯ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ .....   | 112 |
| <b>В.В. Кузнецов, И.С. Большухина, М.В. Рыбкина</b><br>К ВОПРОСУ ВЛИЯНИЯ РАЗВИТИЯ НАУКИ НА ПРОИЗВОДСТВО В<br>РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ .....            | 115 |
| <b>М.А. Лапина</b><br>ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ: ПОДХОДЫ И<br>КЛАССИФИКАЦИЯ .....   | 118 |
| <b>Г.Т. Манукян</b><br>МЕРЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ СТОИМОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ .....   | 122 |
| <b>Д.В. Манушин</b><br>ОЦЕНКА ЗАРУБЕЖНЫХ АНТИКРИЗИСНЫХ МЕР ПО<br>ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИМ КРИЗИСАМ В<br>УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19 ..... | 125 |

|  |     |
|--|-----|
| <b><i>М.С. Милованова</i></b>  |     |
| КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ .....  | 130 |
| <b><i>Ю.М. Митьковец, Т.К. Наплёкова</i></b>   |     |
| ФЕНОМЕН КОРРУПЦИИ И ВЗЯТОЧНИЧЕСТВА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ .....  | 133 |
| <b><i>Н.А. Нечепуренко, А.Д. Клименко</i></b>  |     |
| РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ С ПОМОЩЬЮ ЭФФЕКТИВНЫХ HR-ИНСТРУМЕНТОВ .....  | 136 |
| <b><i>Е.И. Низамова</i></b>  |     |
| ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА И ИХ РОЛЬ В ТЕОРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА .....   | 139 |
| <b><i>А.А. Пешкова</i></b>   |     |
| РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ: ТЕХНОЛОГИЯ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ .....                               | 142 |
| <b><i>М.Н. Полещук</i></b>   |     |
| КОНЦЕПЦИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПЕРСОНАЛА ГОРНОДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....   | 145 |
| <b><i>К.В. Попов, Л.В. Чебуханова</i></b>  |     |
| СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ .....   | 148 |
| <b><i>Л.В. Поселягина</i></b>  |     |
| ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ САМОРЕГУЛЯЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В УСЛОВИЯХ ВОЛОНТЕРСТВА .....                     | 152 |
| <b><i>С.И. Самохвалов, А.И. Шмырева</i></b>  |     |
| СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА КРИПТОВАЛЮТ .....   | 156 |
| <b><i>М.В. Семибратский</i></b>  |     |
| ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТНОГО ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ .....   | 160 |
| <b><i>А.В. Хмелев</i></b>  |     |
| СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ОБЪЕКТ ДЛЯ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ИЛИ ИСТОЧНИК ИНВЕСТИЦИИ ДЛЯ СТАРТАПОВ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ ..... | 165 |
| <b><i>Е.Г. Ходжаян</i></b>   |     |
| РАЗВИТИЕ ПОДХОДОВ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ НОВОГО ТИПА КУЛЬТУРЫ .....                                | 168 |
| <b><i>В.Е. Чаринцова, К.А. Коновалова, Д.В. Кичигина</i></b>   |     |
| МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ЗУБНОЙ ПАСТЫ .....  | 171 |
| <b><i>К.С. Шаронова, В.С. Пудахин</i></b>  |     |
| ПРОБЛЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ .....   | 175 |

|  |     |
|--|-----|
| <b><i>В.А. Шестаков, В.И. Долгая</i></b>   |     |
| МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА<br>КОНТРАЦЕПТИВОВ .....   | 178 |
| <b><i>И.А. Ярыгин</i></b>  |     |
| РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ СИСТЕМЫ<br>ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ<br>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ ..... | 182 |

## REGULATION OF THE SECURITIES MARKET

**S. Grigoryan, I. Gogchyan**

**1<sup>st</sup> class of economists in Institute of Economics named after M. Kotanyan  
Republic of Armenia, Yerevan**

***Abstract.** The role of securities market regulation in its development and strengthening discipline can contribute to improving the capital market organization and increasing efficiency. Too much or too little regulation can negatively affect market efficiency. The regulation should create favorable conditions for the development of the capital market, provide effective, fair, transparent and effective means of cooperation for market participants.*

***Key words:** securities market, self-regulation, financial system, taxes, stock market.*

The financial market is a powerful system capable of ensuring full economic growth with its typical relations, unique patterns, infrastructure, institutional structures, participants, instruments and circulating instruments. Moreover, in the conditions of market marketing of the economy, the interconnection and operation of the «savings-investment-economic growth» chain are manifested in the financial market, they are realized due to the functions of the latter [1].

A stable financial system plays an essential role in the healthy development of the economy. From this point of view, the confidence of the state regulators and the participants in economic relations in the fact that the financial system of the country is stable and able to properly provide the main financial services to the economy [2].

The securities market, as part of the financial sector, is an object of state control and regulation. And this system of regulation is largely determined by the way the stock market is organized.

It is accepted to distinguish 3 main types of organization of securities markets. In countries with the first type of organization (USA, Japan), securities markets are currently institutionally separated from the banking sector.

In a number of European countries (Austria, Germany, Switzerland, etc.) there is a universal banking system, to which commercial banks have the right to participate in all types of securities transactions and traditionally occupy a leading position in these markets.

In the third type of market organization (Canada, UK), securities transactions are legally considered separate from banking transactions, but there is no institutional boundary between them. In these countries, banks typically make the bulk of their securities transactions through specialized subsidiaries.

In all developed countries, state control and monitoring of securities markets is interpreted as a general responsibility of the state to create favorable conditions for productive economic activity. Although government control over securities markets is weaker than in the banking system, it is quite strong in some market segments. For

example, the Ministry of Finance and the Central bank usually have large powers in the markets of government bonds and short-term loans. The Central bank is usually an active participant in these markets. By allowing market participants to take on the risk of interest rate fluctuations, the government is committed to maintaining the liquidity of those markets. Outside of these sectors, the state provides liquidity only in extreme cases when a possible crisis in one market or another may lead to a deterioration of the situation in the entire financial system of the country.

However, this does not mean that state regulation is aimed at the complete elimination of risk, as risk-taking is one of the important features of a market economy, and each investor should have the right to determine the degree of risk taken on his own. At the same time, the investor must have complete information about the nature of the risk and its magnitude, and be protected from deception and fraud. In addition, it is assumed that the investor should bear only the risk of his own investments, and not the additional risk associated with the unprofessional activities of the intermediary.

The regulation of the securities market includes all participants - issuers, investors, professional stock brokers, market infrastructure organizations, and can be *external or internal*.

Internal regulation is the subordination of the organization to its own normative documents (rules, charter), and external regulation is the subordination of the organization to the state, normative acts of other organizations, international agreements.

The securities market is regulated by regulatory bodies or organizations.

According to the regulated subject, the regulation can be made with 3 ways.

1. State regulation of the securities market.
2. Regulation or self-regulation of the market by professional participants.
3. Public regulation or regulation through public opinion (ultimately the reaction of the general public is the impetus for the regulatory action of the state or the professional market).

The regulation process in the securities market includes the following stages:

1. Creation of a normative base of market activity. that is, the elaboration of laws, instructions, rules, methodological regulations, other normative acts, which place market activity on a universally accepted, protected basis.
2. Selection of professional market participants (taking into account their level of knowledge, experience and capital).
3. Control over whether all market participants observe the established norms and rules.
4. Application of sanctions in case of deviation from the norms and rules established in the market (verbal or written warning, fine, criminal sanction, termination of participants' activities).

The main principles of securities market regulation are:

1. Regulation of the relationship between the issuer-professional participant, investor-professional participant or professional participants.
2. Disclosure of information about all participants.
3. Ensuring a competitive mechanism (ensuring equality of all participants).



4. Creation of norms and application should not be carried out by the same person at the same time.

5. Ensuring publicity in the creation of regulatory norms, public discussion of issues.

6. It is necessary to constantly take into account the changes taking place in the world market and foreign experience.

7. The best distribution of market regulation functions between state and non-state bodies.

Self-regulatory organizations are established by professional market participants on a voluntary basis, with state permission, to regulate certain market segments. The number and direction of self-regulatory organizations are determined by the state, as the same subject cannot be regulated by more than two bodies.

In the conditions of development and deepening of the market relations, the role and functions of the state are significantly changed, orienting them more towards the regulation and control of the market.

The role of the state in the securities market can be discussed from two perspectives.

1. The state as the regulator-controller of this market, in which case the state carries out the regulation-control of the system from outside;

2. The state as a participant in the securities market (issuer or investor), in which case the state exercises influence over the system from inside as an element of the system.

Figure 1 shows the regulatory authorities of the securities market and their structural units in RF.

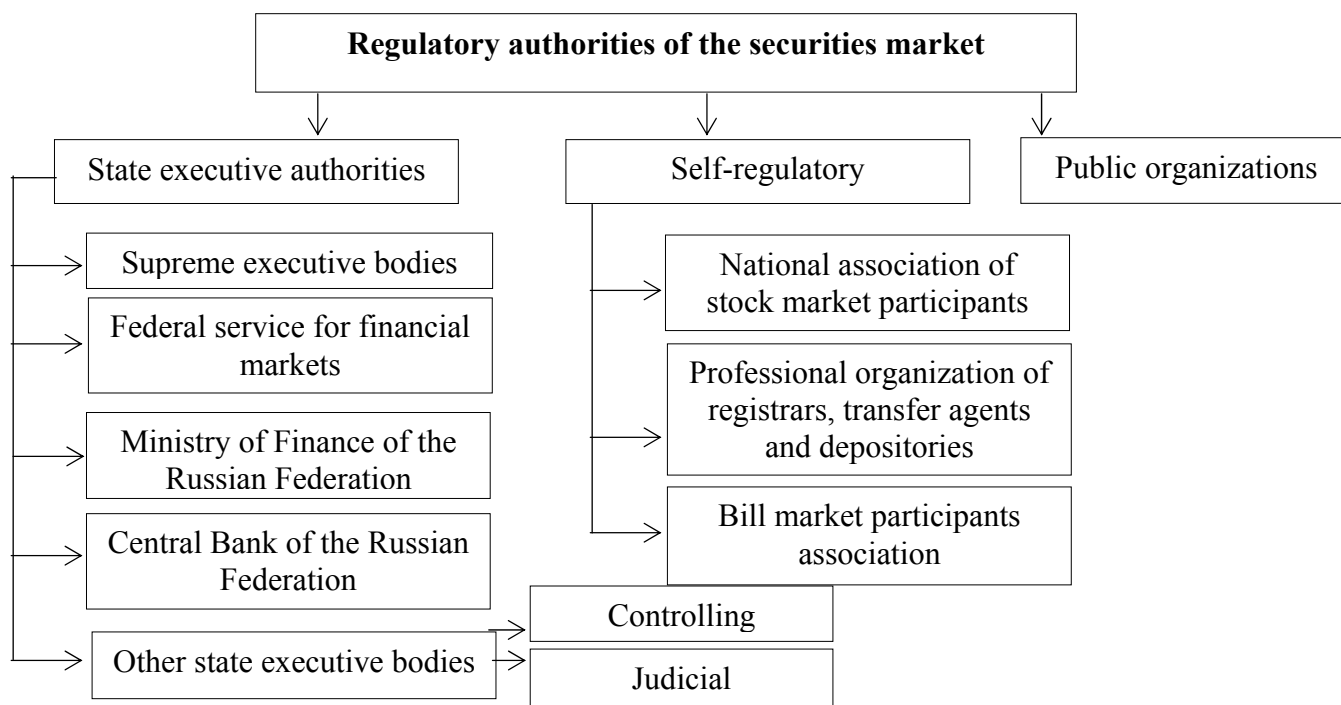


Figure 1 – Bodies of regulation of the securities market of RF [2]

In general, the most important task of the state is to create conditions for country's investors to gain confidence in the securities market and invest their resources inside the country. Therefore, it is necessary to clearly define the rights and responsibilities of the securities market and its participants, to ensure the availability of market information and free flows for all those wishing to participate in securities transactions.

### References

1. Галанов В. Рынок ценных бумаг. М.: Финансы и статистика, 2002.
2. Луговая Т.В. Профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг: курсовая работа по дисциплине «Деньги. Кредит. Банки». – Иркутск, 2011.
3. Аршавский, А.Ю. Рынок ценных бумаг: учеб. для бакалавров / А.Ю. Аршавский, Н.И. Берзон, Д.М. Касаткин. – Москва: Юрайт, 2015. – 537 с.
4. Ա. Բ. Սալ ն ա գ ա ր յ ա ն , Ա ր ժ Ե թ ղ թ Ե ր ի շ Ն Լ Կ ա յ ի ն Ե ր դ ր Ն Լ մ ա յ ի ն գ ո ր ծ ա ռ Ն Լ յ թ ն Ե ր ի ի ր ա կ ա ն ա գ Ն Լ մ ը և ա ր դ յ Ն Լ ն ա վ Ե տ Ն Լ թ յ Ն Լ ն ը , Ե ր և ա ն , 2002թ .
5. Բ ա ղ դ ա ս ա ր յ ա ն , Բ ր ի ս տ ի ն Ե (2012) Մ ի ջ ա գ գ ա յ ի ն \$ ի ն ա ն ս ա կ ա ն շ Ն Լ Կ ա ն ո ր ա լ Ե մ ի ջ ա գ գ ա յ ի ն ք ի գ ն Ե ս մ ի ջ ա վ ա յ ր ի գ ո ր ծ ո ն . Ս ո ց ի ա լ -տ ն տ Ե ս ա կ ա ն գ ա ր գ ա գ մ ա ն ա ր դ ի հ ի մ ն ա խ ն դ ի ր ն Ե ր ը Յ ա յ ա ս տ ա ն ի Յ ա ն ր ա պ Ե տ Ն Լ թ յ Ն Լ ն ո Լ մ . Յ ա ն ր ա պ Ե տ ա կ ա ն գ ի տ ա ժ ո ղ ո վ ի ն յ Ն Լ թ Ե ր , № 1. pp. 23-26. <http://socdev.asj-oa.am/323/1/23-26.pdf>.
6. Յ ա ր Ն Լ թ յ Ն Լ ն յ ա ն , Վ Լ ա դ ի մ ի ր , Ս ա ր գ ա յ ա ն , Վ ա ր Ե ն (2014) Բ ա ն կ ա յ ի ն հ ա մ ա կ ա ր գ ի հ ա կ ա ճ գ ն ա ժ ա մ ա յ ի ն կ ա ր գ ա վ ո ր մ ա ն և \$ ի ն ա ն ս ա կ ա ն կ ա յ Ն Լ ն ո Լ թ յ ա ն հ ի մ ն ա խ ն դ ի ր ն Ե ր ը . Ս ո ց ի ա լ -տ ն տ Ե ս ա կ ա ն գ ա ր գ ա գ մ ա ն ա ր դ ի հ ի մ ն ա խ ն դ ի ր ն Ե ր ը Յ ա յ ա ս տ ա ն ի Յ ա ն ր ա պ Ե տ Ն Լ թ յ Ն Լ ն ո Լ մ . Յ ա ն ր ա պ Ե տ ա կ ա ն գ ի տ ա ժ ո ղ ո վ ի ն յ Ն Լ թ Ե ր , № 1. pp. 11-16. <http://socdev.asj-oa.am/541/1/11-16.pdf>.

УДК 65.656

## ЦИФРОВИЗАЦИЯ В ОТРАСЛИ ЛОГИСТИКИ

М.П. Алешин, магистр

Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых

*Аннотация.* В данной научной статье рассматриваются современные, цифровые, информационно-развитые, комплексные технологии, которые повседневно используются специалистами в области логистики. С помощью разработанной целевой платформы транспортного комплекса, планируется внедрение цифровой логистики. Демонстрируются определенные модульные элементы для ее разработки и современные методы внедрения.

*Ключевые слова:* цифровая экономика, логистика, технологии, методы, организация, трансформация логистики.

В настоящее время мировая экономика прогрессивно развивается. Ежедневно в индустрии формируются новые, идентичные производства, организации, частные предприятия, сервисные услуги и многие другие отрасли бизнеса, которые пытаются всяческими способами раскрутиться. В результате этих событий, между различными компаниями зарождается конкуренция, в которой им приходится бороться за внимание каждого клиента. В нашей реальности, действительный успех организации напрямую зависит от применения ею цифровых технологий, которые обеспечивают комфортную жизнь клиенту.

Изо дня в день отслеживается положительная динамика роста потребителей, в связи с этим фактором ужесточаются требования к качеству и скорости работы логистических организаций. Любой заказчик, который самостоятельно пытается, оформить доставку, имеет желание затратить на всю эту процедуру минимальное время и усилия, он хочет элементарно открыть, раскладку на своем смартфоне и в один клик успешно завершить этот процесс. В связи с этим обстоятельством введение цифровой логистики в процессы бизнеса фатально, особенно в условиях, которые сложились в экономике на сегодняшний день [1, С. 34].

К великому сожалению, в некоторых логических организациях все еще преобладает ручной труд, неэффективно распределяются имеющиеся в организации ресурсы (по последним статистическим данным, примерно 60% грузовых транспортных средств после приезда в пункт доставки обратно возвращаются с пустыми прицепами). А для интеграции современных логических процессов препятствует недостаточная гибкость и прозрачность в операциях. Из этого следует, что нужно трансформировать сектор логистики.

Цифровая логистика основывается на информационных технологиях, которые в свою очередь помогают всячески поддержать производственные, торговые процессы, по движению товарных потоков. К ее фундаментальным задачам относятся: конструирование информационных приложений, которые помогут, разработать эффективные схемы бизнес партнерства на базе оптимального моделирования экономических связей между организациями; экстренное снижение всякого рода потерь, которые нацелены на поиск информационных данных [2, С. 156].

Главной идеей логистики в условиях цифровой экономике является разработка целостной, единой, правовой, цифровой платформы транспортного комплекса, которую Министерство транспорта планирует запустить в Российской Федерации.

Эта платформа предоставит возможность ее обладателям снизить уровень издержек транспортных систем благодаря таким факторам как: тесное взаимодействие функций и задач управления логическими процессами в определенном организованном управленческом звене; применение целостной технологичной инфраструктуры: серверы и информационные БД; взаимовыгодное сотрудничество заказчиков и доставщиков.

При соблюдении данных требований издержки логистики будут минимальными, а отдача соответственно максимальной.

Разработанный такой механизм предоставит возможность своим пользователям сконструировать целостную, единую, цифровую платформу, которая в свою очередь будет сближать все транспортные организации к долговременному сотрудничеству.

Данный механизм можно разработать следующим образом:

- Введение в процесс высокоскоростного интернета.

Данный вид интернета представляет собой аналогичную глобально-сервисную систему, которая базируется на контакте трех сред, а именно: цифровой, физической и операционной. И весь этот процесс происходит с помощью общедоступных «протоколов».

- Цифровой формат доставки.

В настоящее время доставка, какого-либо товара или конкретного продукта заказчику полностью зависит от труда человека. Автоматизация данного процесса предоставит возможность клиенту осуществить выборку наиболее удобного варианта получения заказа, а организациям кардинально уменьшит собственные затраты.

В дальнейшей перспективе планируется развивать доставку с помощью роботизации, беспилотных грузовых транспортных средств, а также летающих технологий.

- Замена посредников цифровыми платформами.

В целях наведения порядка необходимо систематизировать фундаментальные информационные данные логистических потоков и сделать такие сети гибкими и устойчивыми, для этого механизма применяются специализированные цифровые платформы для кооперации.

Данные виды платформ всяческим образом объединяют в группы людей, у которых существует надобность в покупке какого-либо вещи или продукта с автономными доставщиками, а также предприятиями, которые могут доставить его клиенту в короткий период времени. Практика наглядно демонстрирует, что складские сооружения должны находиться близко к рынку. Данная платформа также предоставляет возможность своим обладателям, кардинально сократить стоимость доставки, увеличив ее прозрачность [3, С. 46].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать определенный вывод о том, что использование современных, инновационных цифровых решений, формирует и задает вектор для цифрового развития транспортных систем, а также различных комплексов.

### ***Список литературы***

1. Бочкарев А.А. Логистика городских транспортных систем: учебное пособие для СПО / А.А. Бочкарев. – М.: Юрайт, 2018. – 150 с.
2. Левкин Г.Г. Коммерческая логистика / Г.Г. Левкин. – М.: Юрайт, 2018. – 375 с.
3. Лукинский В.С. Логистика и управление: учебник и практика для СПО / В.С. Лукинский. – М.: Юрайт, 2018. – 359 с.

## ОСНОВНЫЕ РИСКИ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В ПРОЦЕССЕ АУТСОРСИНГА

М.П. Алешин, магистр

Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых

*Аннотация.* В данной научной статье рассматриваются такие важные, актуальные аспекты трудовой деятельности как аутсорсинг, а в частности его положительные стороны и риски, которые могут появиться в процессе аутсорсинга, как со стороны клиента, так и со стороны исполнителя.

*Ключевые слова:* аутсорсинг, компания, риски, клиент, исполнитель, бизнес-процессы, бизнес-функции.

На данный момент времени, для современных развитых компаний различные аспекты трудовой деятельности или функции, которые выполняются организацией или ее сотрудниками являются сложными и убыточными. В целях экономии внутренних денежных и прочих ресурсов компании, а также времени, некоторые руководители прибегают к применению услуг контрагентов. В современных реалиях данный вид деятельности, а именно аутсорсинг, является фундаментальной частью всего инновационного бизнеса. Директора многих компаний понимают, что очень выгодно и перспективно нанимать на работу опытный, квалифицированный персонал и пользоваться их услугами, при этом перечисляя заработную плату только за работу, которая была ими выполнена, без учета вычета всяческих налогов, отпусков и больничных. Однако у данного вида деятельности существует некоторый перечень неблагоприятных рисков, как со стороны клиента, так и со стороны исполняющего обязанности субъекта. Сначала рассмотрим положительные моменты аутсорсинга.

Рассматривая термин аутсорсинг в широком смысле, можно сказать следующее, что это своего рода решение о делегировании конкретных функций, которые выполняются в бизнесе, частей бизнес-процесса сторонней компании. Данное решение принимает руководитель организации.

Главным достоинством аутсорсинга является экономия ресурсов компании. В данном контексте, подразумевается не только денежные средства в качестве ресурсов, но а также время, затраты на обучение, распределение заработной платы сотрудникам организации. Необходимо подчеркнуть, что при аутсорсинге особенно выигрышно можно сэкономить время, это связано, с тем, что клиент может приобрести у работника, который специализируется в области аутсорсинга, заранее разработанный проект, который будет удовлетворять всем интересам компании [1, С. 67].

Аутсорсинг при всех своих весомых преимуществах, которые были приведены в контексте данной статьи, все же может подвергаться рискам. А теперь мы приведем перечень некоторых рисков, связанных напрямую с

аутсорсингом, которые могут возникнуть у клиента в процессе какой-либо деятельности, и предложим для них возможные пути решения [2, С. 123]:

- отсутствие практической деятельности взаимодействия с аутсорсингом у клиента, который заказывает какой-либо продукт. Данная ситуация зачастую возникает в зарождающихся или не многочисленных компаниях, устранить ее возможно с помощью пробного взаимодействия клиента с исполнителем, например, объектам данного процесса для начала необходимо заключить трудовой договор, в котором будут прописаны по пунктам их общие обязательства;

- отсутствие организационной заинтересованности со стороны клиента. Компания, которая заказывает продукт, иногда не отслеживает процесс аутсорсинга, но данную ситуацию можно допускать лишь в случае, если ответственность за процесс была передана специалисту;

- трудности, которые возникают, при оценивании результата, в связи с отсутствием определенных стандартов, а также разработанных методологий. При создании масштабного договора, клиент иногда не сразу может осмыслить, а какой конечный результат от деятельности специалиста в сфере аутсорсинга следует ожидать, ведь бывают такие ситуации, когда результат может себя как-то проявить только в долгосрочной перспективе. Чтобы исключить данную ситуацию необходимо раздробить один крупный договор на некоторое количество маленьких, с целью того, чтобы увидеть быстрый результат [3, С. 35];

- неоправданные ожидания. Иногда бывают такие ситуации, когда между клиентом и производителем возникает недопонимание, которое касается итогов сотрудничества. Чтобы данных проблем не случалось, нужно в договоре четко фиксировать ожидаемые результаты;

- потеря конфиденциальных, информационных данных. Эту проблему можно устранить с помощью введения некоторых безопасных систем, которые защищают информацию внутри компании;

- невозможность введения созданного проекта по причине того, что не были предусмотрены потребности компании. Решение: необходимо на первоначальных этапах подготовить персонал к введению нового проекта;

- упадок мотивации сотрудников компании. Решение: нужно стимулировать рабочий персонал с помощью специализированных программ по повышению мотивации;

- непредвиденные временные задержки. Решение: необходимо все пункты контракта прописывать в договоре.

Необходимо выделить следующий момент, что за исключением рисков для клиентов, существуют риски и для самих специалистов в области аутсорсинга. Перечислим из них при заключении договора аутсорсинга:

- перестройка объектом в сфере аутсорсинга процессов оказания услуг компании;

- в связи с тем, что контракт договора заключается на долгосрочный период времени, то в дальнейшей перспективе могут произойти дополнительные издержки. Зачастую организация, которая имеет дела с рассматриваемым в данной статье процессом, находится в пропорциональной зависимости от организации заказчика, по этой причине организации или человеку, который специализируются в области аутсорсинга, приходится работать себе в убыток;

- изменение потребности в процессе исполнения контракта;
- завышенные ожидания объекта в сфере аутсорсинга.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать определенный вывод о том, что аутсорсинг является ключевым процессом в области в трудовой деятельности компании, но не стоит забывать о рисках.

### **Список литературы**

1. Василенко Л.А. Аутсорсинг – инновационная кадровая технология государственной службы / Л.А. Василенко. – М.: Наука, 2016. – 216 с.
2. Йордон Э. ИТ-Аутсорсинг / Э. Йордон. – М.: ЛОРИ, 2016. – 370 с.
3. Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С.О. Календжян. – М.: Дело, 2015. – 272 с.

УДК 334.7

## **ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В ФИНАНСОВОМ СПЕКТРЕ ОРГАНИЗАЦИИ**

**М.П. Алешин, магистр**

**Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых**

*Аннотация.* В данной научной статье приведены, а также рассмотрены основные термины и цели формирования отдела внутреннего аудита, детально проанализирована правовая база, которая используется в области внутреннего аудита, продемонстрирована значимость внутреннего контроля и отличие его от внутреннего аудита, описана структура положения о внутреннем аудите.

**Ключевые слова:** организация, аудит, внутренний аудит, отдел, служба внутреннего аудита.

В настоящее время отдел внутреннего аудита в организации формируется по исключительному требованию руководства, тем не менее, его присутствие не является обязательной мерой.

Зачастую многие современные компании внедряют в свое производство внутренний аудит, который эффективно нормализует работу в ее финансовом секторе.

Информация, которая детально описывает термин «Служба внутреннего аудита в организации» зафиксирована в содержании международного стандарта аудита 610, принятым в действие на территории России приказом Министерства финансов РФ «О внедрении...» от 24.10.2016 года № 192. Исходя из стандарта, который был описан выше в данной научной статье, отделом внутреннего аудита является служба в организации, которая формируется с целью организации сбалансированной деятельности того или иного предприятия, а также информационной поддержки субъектов, принимающих всяческие решения в управленческой деятельности.

Действующим стандартом определены цели функционирования такого структурного подразделения:

- оценочная деятельность ведущих, перспективных направлений и областей функционирующей организации, ее иерархических служб, отделов, филиалов и так далее;
- повышение мотивационной деятельности организации;
- повышение эффективности функционирования организации, а также решений, которые принимаются в управлении субъектами;
- усиление действенности принятия корпоративных решений по управлению рисками предприятия [1, С. 57];
- нормализация процессов внутреннего контроля в организации.

Для того чтобы какой-либо организации осуществить конкретные цели, которые были поставлены руководством в процессе производства, службы внутреннего аудита, работающие в организации наделяются определенными полномочиями, которые имеют право проводить внеплановые проверки бухгалтерии (другими словами отчетной документации), а также могут охватывать и более широкий спектр областей. Для полноправного введения в силу данных полномочий компетентным органом или должностным лицом организации утверждается соответствующее письменное положение.

Если какая-либо организация все же и пытается сформировать внутри собственного, рабочего штата службу внутреннего аудита, то в данной ситуации обязательно должно быть сформировано документальное положение, которое описывает и регламентирует ее деятельность. В данном случае это может быть положение о внутреннем аудите, в котором хранится информация и ключевые положения о процессе и порядке его проведения, службе, осуществляющую процедуру, ее правах и обязанностях, а также иная другая информация, которая напрямую относится к деятельности связанной с внутренним аудитом [2, С. 73].

В современных организациях положение о внутреннем аудите утверждает субъект, который напрямую зависит от организационной и правовой формы предприятия и содержания в нем учредительных документов.

Документально оформленное положение об отделе, который связывает собственную деятельность с внутренним аудитом и контролем может описывать в своем перечне такую информацию:



- общие положения и список применяемых понятий. В этом разделе описывается область функционирования всех действующих пунктов положения, определенный порядок внесенных в него поправок, демонстрируются использованные термины, расшифровываются аббревиатуры и любые виды сокращений, и многое другое;

- основные принципы, которые осуществляют процедуру внутреннего аудита, цели формирования аналогичной службы и ее работы;

- различные трудовые ориентиры в области внутреннего аудита;

- конкретные полномочия и функции, которые может выполнять при необходимости службы внутреннего аудита, ее позицию в иерархической структуре компании;

- цикличность организации процедуры;

- порядок взаимодействия службы в процессе собственной деятельности с различными отделами организации;

- постоянный контроль, за рабочей деятельностью аудиторов;

- заключительные положения.

Ключевые понятия, такие как внутренний аудит и внутренний контроль, должны кардинально увеличить производительность рабочего процесса компании в различных организационных областях, обеспечить постоянный контроль, за правильностью решений, которые принимаются руководителями или руководящими органами, и сократить нарушения [3, С. 32].

Несмотря на многие сходства между внутренним аудитом и контролем, они сильно различаются.

Исходя из всего выше изложенного, можно сформировать следующее суждение о том, что предприятию крайне необходим внутренний контроль над всеми субъектами экономической индустрии, в свою очередь процедура организации внутреннего аудита должна быть обсуждена руководящим составом компании на основании сложившихся потребностей.

К примеру, закон «О публично-правовых компаниях...» от 03.07.2016 № 236-ФЗ в ч. 6 ст. 16 описывает следующее положение о том, что для предоставления хорошего уровня защищенности внутреннего контроля, оценки его активности и проверки соответствия деятельности массово правовой организации в ее структуре должно быть сформировано отделение внутреннего аудита.

Таким образом, из всего выше сказанного можно сделать определенный вывод о том, что служба внутреннего аудита формируется в организации при крайней необходимости. В собственной трудовой деятельности эта служба пользуется и опирается на пункты, которые кратко описаны действующим законодательством и разработанным положением, которое при возможности может иметь разные виды наименований, в зависимости от интересов и предпочтений руководящего состава компании.

### **Список литературы**

1. Броило Е.В. Теоретические основы аудита: учеб. пособие / Е.В. Броило. – Ухта: УГТУ, 2018. – 184 с.
2. Крышкин О.В. Настольная книга по внутреннему аудиту. Риски и бизнес-процессы / О.В. Крышкин. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 478 с.
3. Кеворкова Ж.А. Внутренний аудит: учеб. пособие / Ж.А. Кеворкова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 319 с.

УДК 331.108.2

## **КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ПОДБОРЕ ПЕРСОНАЛА**

**Е.П. Арасланова, студентка  
Тюменский индустриальный университет**

***Аннотация.** Показана актуальность применения компетентностного подхода при подборе персонала и оценке трудовых качеств потенциальных работников предприятия. Рассмотрены теоретические аспекты понятия «компетентностный подход» и выделены основные виды компетенций персонала. На основе анализа исследований в данной области выявлены факторы, сдерживающие применение компетентностного подхода в практике российских предприятий. Установлено, что применение компетентностного подхода в подборе персонала предприятий позволяет провести оценку профессиональных и других компетенций потенциальных соискателей с позиции их способности эффективно и качественно выполнять свои трудовые функции.*

***Ключевые слова:** компетентностный подход, подбор персонала, персонал, компетенции, оценка персонала.*

В настоящее время одним из актуальных методов управления персоналом выступает применение компетентностного подхода. Целесообразность данного подхода подчеркивается тем, что для предприятия ключевым конкурентным преимуществом является развитие профессиональных компетенций сотрудников, которые оцениваются, как стратегический актив [1, с. 2].

Главной целью компетентностного подхода выступает развитие профессиональных компетенций у персонала для обеспечения устойчивого роста предприятия через повышение показателя производительности труда.

Компетентностный подход с точки зрения подбора и оценки персонала предприятия сводится к сравнению качества, эффективности труда и уровня сложности с существующими эталонными характеристиками.

Основой компетентностного подхода в подборе персонала организации выступают компетенции, которые, по мнению Е.А. Князева и В.В. Сербиновича, можно разделить на несколько категорий [2, с. 93-95]:

1. Корпоративные компетенции. Их характеристикой является наличие у человека качеств, которые поддерживают и принимают миссию, стратегию, цели компании, а также ее корпоративную культуру. Данные компетенции должны присутствовать как у менеджеров, так и у рядовых сотрудников.

2. Управленческие компетенции. Их характеристикой является наличие у человека качеств, которые позволяют ему управлять и руководить как бизнес-процессами, так и сотрудниками. В большей части, эти компетенции относятся к управленческому персоналу.

3. Профессиональные компетенции. Их характеристикой является наличие у человека качеств, которые необходимы для определенной специализированной работы. Данные компетенции важны для каждого сотрудника и менеджера организации.

А.А. Галочкин считает, что основными элементами компетенции персонала выступают [3, с. 193-195]:

1. Личная эффективность, где важными являются такие компетенции человека, как инициативность, устойчивость и уверенность в своих силах, ориентация на достижение высоких результатов.

2. Профессиональные компетенции, к которым относятся все те компетенции, которые необходимы для специализированной трудовой деятельности. Например, для персонала, занятого в сфере обслуживания, это ориентация на клиента и поиск информации.

3. Базовые компетенции, где важными являются такие компетенции человека как межличностные понимания, умение работать в команде и сотрудничестве с другими коллегами.

Актуальность компетентного подхода к работе с персоналом обусловлена, в первую очередь, цифровой трансформацией, которая делает условия внешней среды более динамичными, а значит, создает новые требования к человеческим ресурсам.

Стоит отметить и другую сторону применения компетентного подхода в управлении персоналом.

Согласно исследованию, проведенному KMDA при поддержке Microsoft, основными барьерами развития цифровой трансформации в компаниях России выступают следующие факторы [4]:

- нехватка компетенций у персонала (53%);
- нежелание принимать изменения среди персонала (45%).

Другие исследования компании Deloitte позволяют сделать следующие заключения, касаясь актуальности применения компетентного подхода в управлении персоналом [5]:

- менее 30% компаний могут сказать о том, какие навыки будут востребованы в будущем;
- более 70% компаний планируют развивать профессиональные компетенции своих сотрудников;
- более 52% компаний в России считают, что их сотрудникам в будущем необходимо будет пройти программу профессиональной переподготовки.

Проведенный анализ литературных источников показал, что основными препятствиями для практического применения компетентностного подхода в работе с персоналом в российских организациях выступают:

- отсутствие заинтересованности у собственников компаний;
- отсутствие финансовых ресурсов для инвестиций в программы развития компетенций сотрудников;
- трудности с определением приоритетных направлений и вектора развития компетенций у сотрудников.

Ситуация с пандемией COVID-19 ускоряет процессы применения компетентностного подхода в работе с персоналом в российских компаниях.

Для предприятий, исходя из особенностей применения компетентностного подхода в подборе, оценке и управлении персоналом, актуальными задачами будут выступать [6, с. 741-743; 7, с. 211-218]:

1. Четкая формулировка компетенций для каждой позиции персонала и определение критериев их оценки.
2. Определение набора трудовых функций и операций, относящихся к выделенным компетенциям.
3. Выбор способов и инструментов оценки персонала.
4. Определение набор качеств и компетенций «идеального» сотрудника.
5. Определение степени соответствия соискателя с портретом «идеального» сотрудника.
6. Разработка плана обучения и профессиональной подготовки, реализация которого обеспечит максимальное соответствие профессиональных и личностных качеств работников характеристикам «идеального» сотрудника.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для предприятий применение компетентностного подхода в подборе персонала означает оценку профессиональных и других компетенций потенциальных соискателей с позиции их способности эффективно и качественно выполнять свои задачи в рамках трудовой деятельности.

### ***Список литературы***

1. Чуланова О.Л. Концепция компетентностного подхода в управлении персоналом // Вестник евразийской науки. – 2013. – № 5 (18).
2. Князева Е.А., Сербинович В.В. Компетентностный подход в подборе и управлении персоналом // Молодёжь Сибири – науке России: материалы международной научно-практической конференции, Красноярск, 24 апреля 2018 года. – Красноярск: Сибирский институт бизнеса, управления и психологии, 2018. – С. 93-95.
3. Галочкин А.А. Компетентностный подход к подбору и развитию контактного персонала отеля // Молодой ученый. – 2019. – № 15 (253). – С. 193-195
4. Исследование: нехватка компетенций стала основным препятствием к цифровизации российских компаний [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.microsoft.com/ru-ru/kmda/>.

5. Международные тенденции в сфере управления персоналом – 2020 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/human-capital/russian/hc-trends-2020-Russia.pdf>.

6. Джуманов Т.М., Евсина Ю.А. Компетентностный подход в системе подбора персонала // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017. – Т. 3. № 13. – С. 741-743.

7. Руднева Л.Н., Руденок О.В. Формирование корпоративной системы оценки и обучения персонала // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 3-2. – С. 211-218.

УДК 005.95

## **АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ДЕЛОВОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА**

**Д.А. Архипов, студент**

**Новосибирский государственный аграрный университет**

***Аннотация.** В настоящее время одним из перспективных инструментов управления персоналом для российских предприятий является деловая оценка персонала, которая давно и активно используется в практике зарубежных предприятий. В России пока в большей степени применяется аттестация персонала, но в настоящее время есть предпосылки к развитию использования деловой оценки. Все это говорит о необходимости исследования зарубежного опыта в данной сфере, так как во многих странах она используется уже много лет. В работе исследованы особенности проведения деловой оценки персонала в зарубежных странах, на примере США и Японии.*

***Ключевые слова:** оценка персонал, Японская модель деловой оценки персонала, Американская модель деловой оценки персонала.*

В настоящее время для любой организации существенное значение имеют человеческие ресурсы от эффективности которых во многом зависит прибыль предприятия и ее дальнейшее развитие. Именно кадры во многом определяют способность организации добиваться поставленных целей и решать стоящие перед ней задачи. Однако для этого необходимо качественно подобрать сотрудников и разместить их на имеющиеся должности, чтоб они максимально эффективно выполняли возложенные на них трудовые обязанности. Важным вопросом при этом является качественная оценка персонала, позволяющая оценить его личные и профессиональные качества.

Деловая оценка персонала является вариантом оценки персонала, где делается акцент не столько на имеющихся личностных и профессиональных качеств, сколько на их соответствии для конкретной должности сотрудника. Самый лучший профессионал, обладающий широким набором качеств, может быть неэффективным на определенной должности, поэтому очень важно оценить именно его соответствие ей.

От эффективности деловой оценки персонала зависит качество всего процесса управления человеческими ресурсами, что влияет на деятельность всей организации. При этом необходимо помнить, что для различных отраслей, предприятий существуют разные требования к качествам сотрудников, все это должно учитываться при формировании системы деловой оценки персонала.

В целом можно выделить следующие цели деловой оценки персонала:

- повышение эффективности управления организацией и ее кадровыми ресурсами за счет периодического оценивания;

- увеличение качества использования имеющихся трудовых ресурсов.

Выявление наиболее подходящих сотрудников для определенных должностей, разработка персональных рекомендаций по развитию конкретных кадров будет приводить к росту эффективности работы персонала;

- рост производительности труда. Проведение деловой оценки персонала будет дополнительно мотивировать персонал к его развитию и повышению квалификации;

- наличие единой оценки персонала позволят систематизировать работу по повышению мотивации и развития кадровых ресурсов организации;

- сохранение и рост морально-психологического климата в организации.

Соответствие занимаемой должности большинства сотрудников положительно скажется на отношении в коллективе.

В качестве ведущих задач оценки персонала можно отметить следующие:

- рациональное использование кадровых ресурсов. Благодаря проведению оценки персонала можно определить сотрудников, которые могут быть повышены в должности, выявить кадры, на которые можно возложить больше ответственности и поручить более важные задачи, а также лиц не соответствующих своему рабочему месту;

- управленческое воздействие. На основании объективной оценки персонала проще вести разговор с сотрудником о его работе, объяснять отсутствие карьерного роста у него или наоборот стимулировать на повышение конкретного работника;

- распределение денежного довольствия и премий между сотрудниками. На основании оценки можно производить справедливую оплату труда сотрудников;

- повышение мотивации работников. Знание о необходимости оценки персонала будет стимулировать сотрудников на собственное развитие и более эффективное исполнение трудовых обязанностей.

Схематично процесс оценки можно представить на рисунке 1.

Рассмотрим опыт прогрессивных зарубежных стран к деловой оценке персонала.

В Японской модели оценки персонала присутствует ориентация на показатели производительности труда [3, с. 66].

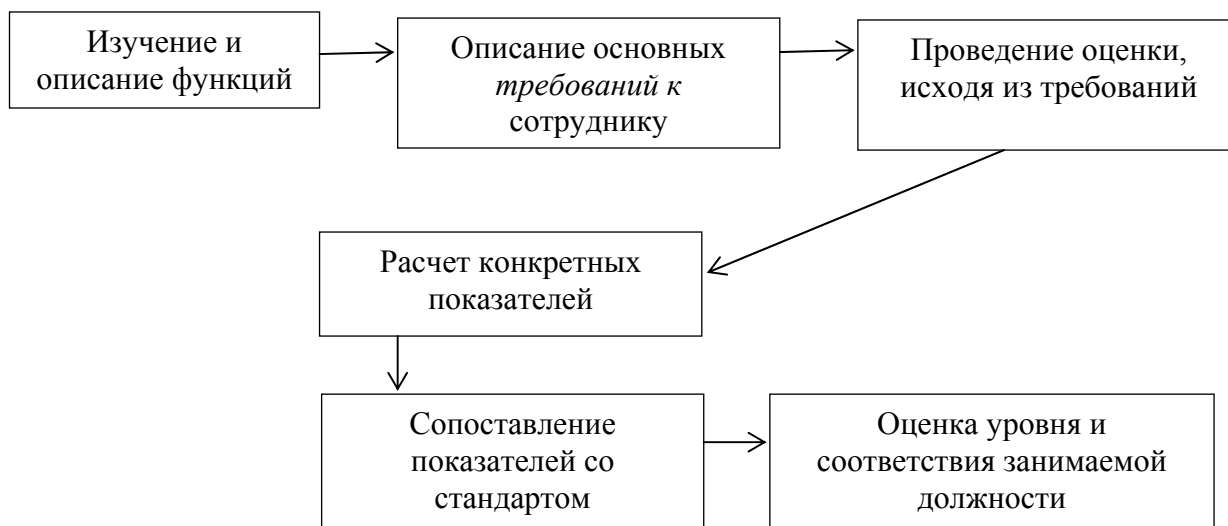


Рисунок 1 – Основные этапы деловой оценки персонала

От оценки персонала во многом зависит оплата труда работников. Важным является доступность для понимания оценки непосредственно работниками компаний, каждый сотрудник должен сам понимать, почему у него и других кадров такое вознаграждение и что надо сделать лучше, чтоб его увеличить. Основные особенности деловой оценки персонала в Японии отразим в таблице 1.

Таблица 1 – Главные особенности японской деловой оценки персонала

| Особенность                                 | Описание   |
|---|--|
| Структура оценки                            | результаты труда, способности, характер и пригодность к труду          |
| Наличие прямой взаимосвязи                  | от результатов труда зависит денежное вознаграждение сотрудников       |
| Регулярность и массовость проведения оценки | Положительное влияние на морально-психологический климат в организации |
| Использование количественных методов        | В основном приоритет отдается бальной системе                          |

Для применения этой оценки в России необходимо добиться желания самих работников [2, с. 93]. Сотрудники должны оценить все преимущества проведения регулярной и всеобщей деловой оценки, которые могут привести к снижению напряженности из-за оплаты труда и споров по соответствию того или иного работника какой-либо должности на предприятии. Помимо этого необходимо наличие конкретных специалистов способных проводить данную оценку.

В основе Американской модели деловой оценки персонала лежат отношения между руководством и трудовым коллективом, с учетом поддержания государственных требований и ограничений, а также выставляемых со стороны профсоюзных организаций. В целом особенности Американской модели деловой оценки можно отразить схематично на рисунке 2.

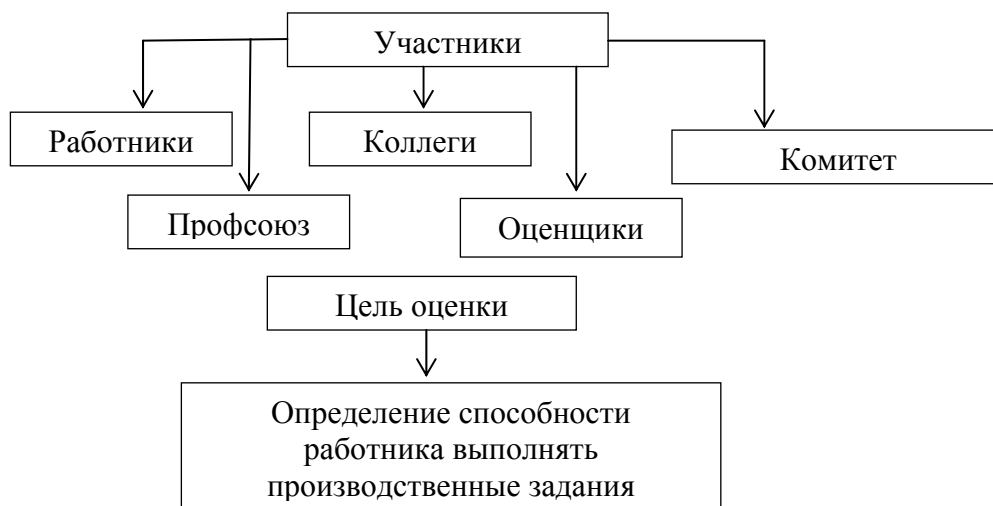


Рисунок 2 – Особенности Американской модели деловой оценки персонала

Важным фактором при оценке персонала в США является соблюдение прав работников. Поэтому американские компании существенно заботятся о психологическом отношении сотрудников к данной процедуре. Конечно, руководство стремится к получению реальных данных о качестве персонала, о его полезности для конкретной организации. Но при этом они стараются сформировать положительное отношение к ней, поэтому сотрудник окружен доброжелательными людьми, а для защиты его прав в этом процессе присутствуют комитет контролеров и профсоюзы.

Для России характерно отсутствие собственной модели проведения деловой оценки персонала, так как на российских предприятиях на протяжении продолжительного времени использовалась аттестация.

В настоящее время деловая оценка персонала получает свое развитие в России, руководство применяет различные методы и инструменты оценки в целях получения объективной информации о сотрудниках.

В заключении можно сделать вывод о том, что деловая оценка персонала выступает в качестве нового направления в управлении персоналом для российских компаний, тем не менее, она обладает большим количеством положительных качеств, поэтому можно прогнозировать ее активное использование. Однако сложность оценки и существенные финансовые затраты выступают в качестве сдерживающего фактора ее развития.

### ***Список литературы***

1. Васильева, И.В. Психотехники и психодиагностика в управлении персоналом: практическое пособие / И.В. Васильева. – 2-е изд., стер. – Москва: Юрайт, 2020. – 122 с.
2. Веснин, В.Р. Управление персоналом в схемах: учебное пособие / В.Р. Веснин. – Москва: Проспект, 2015. – 96 с.
3. Горленко, О.А. Управление персоналом: учебник для академического бакалавриата / О.А. Горленко, Д.В. Ерохин, Т.П. Можяева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2019. – 249 с.



4. Исаева О.М. Управление человеческими ресурсами: учебник и практикум для вузов / О.М. Исаева, Е.А. Припорова. – 2-е изд. – Москва: Юрайт, 2020. – 168 с.

УДК 574

## **ВЛИЯНИЕ НЕФТЕДЕСТРУКТОРОВ НА ХИМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ АЛЛЮВИАЛЬНЫХ ДЕРНОВЫХ ТИПОВ ПОЧВ ПРИ РЕКУЛЬТИВАЦИИ НЕФТЕЗАГРЯЗНЕННЫХ ЗЕМЕЛЬ**

**А.С. Боровская, магистр, инженер-проектировщик 1 категории  
Тюменский проектный и научно-исследовательский институт нефтяной  
и газовой промышленности им. В.И. Муравленко**

***Аннотация.** В статье представлено влияние деструкторов «Гидробрейк» и «Дестройл» на химические показатели аллювиальных дерновых типов почв. В пробах почвы определялись рН водной и солевой вытяжки, содержание нефтепродуктов, сульфатов, хлоридов, железа общего, азота общего, азота нитратного, азота аммонийного, фосфора подвижного, фосфора водорастворимого, свинца, цинка, меди, кадмия, никеля, марганца, хрома, мышьяка, ртути, бензапирена. Всего определялось 21 показатель. Также была определена токсичность почвы до и после внесения нефтедеструкторов в почву.*

***Ключевые слова:** рекультивация нефтезагрязненных земель, нефтедеструкторы, химический анализ почвы, аллювиально-дерновые типы почв.*

В настоящее время нефть и нефтепродукты считаются основными токсичными веществами, попадающими в почву, которые оказывают отрицательное влияние на все сферы окружающей среды. Нефть, попадая в почву, изменяет морфологические, физические, физико-химические и микробиологические свойства почвы, поскольку обладает выраженными гидрофобными свойствами, которые передаются почвенным частицам. Нефть обволакивает структурные единицы почвы пленкой, нарушая водный обмен и перенос активных соединений.

В данной статье рассматривается влияние на химические показатели аллювиально-дерновых типах почв при очистке нефтедеструкторами «Гидробрейк» и «Дестройл».

«HYDROBREAK 2000 (Гидробрейк)» – основное действие этого препарата в том, что он моментально разбивает длинные углеводородные молекулы на более короткие и более доступные цепочки. Его уникальный состав стимулирует большой рост бактерий, имеющих в природе, которые окисляют «остатки» длинных молекул, превращая их в воду и углекислый газ. Далее, когда «источник питания» иссякает, бактерии погибают. Данный

препарат опробован и безопасен даже для очистки животных, водных объектов [5].

Для приготовления препарата используется чистая вода без содержания хлора. «Гидробрейк» находится в жидком состоянии, имеет прозрачный цвет, храниться в герметичной упаковке, перед внесением в почву разводится водой в соотношении от 1:10 до 1:200 [5].

Биологический препарат «Дестройл», состоящий из клеток микроорганизмов, обладающих углеводородокисляющей активностью с концентрацией более 100 000 000 клеток в 1 грамме и остатков питательной среды. Биодеструктор обладает высокой окисляющей активностью углеводородов нефти и нефтепродуктов. Переводит их в экологические нейтральные соединения, способствует ускорению рекультивации почвы [4].

Препарат оптимально применять при широком диапазоне температур от 10<sup>0</sup>С до 29<sup>0</sup>С, при рН среды от 6 до 8. Концентрация нефтепродуктов в почве должна быть менее 10% и глубина загрязнения не больше 15 см. При очистке почв от нефтезагрязнений, «Дестройл» не образует токсических соединений. Для приготовления нефтедеструктора, находящегося в сухом состоянии, необходимо 2-5 кг/м<sup>3</sup> препарата, азотно-фосфорных минеральных удобрений 0,5-1 кг/м<sup>3</sup> и один литр чистой воды (без содержания хлора) (рис. 1). Приготовленную суспензию подвергают аэрации при температуре 23-32<sup>0</sup>С в течении 4-6 часов, при низких температурах время выдержки увеличивается от 16 до 20 часов.



Рисунок 1 – Приготовленный препарат «Дестройл»

Аллювиально-дерновые типы почв характеризуются отсутствием признаков оглеения в почве, профилю характерно слоистость и частая неразвитость почвенного горизонта с преимущественно легким механическим составом. Почвы значительно обеднены содержанием макроэлементов (железо). Почвы исследуемых образцов характеризуются сильно кислыми условиями среды водной вытяжки (рН водной вытяжки находится в диапазоне от 3,26 до 4,9 ед.рН). Содержание зольных элементов питания сильно колеблется в зависимости от минералогического состава отложений. В исследованных образцах почвы, содержание органического вещества варьируется в пределах от 1,82% до 1,96%. Характеристика проб почвы до загрязненного грунта представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Концентрация химических показателей почвы до внесения препаратов и после внесения нефтедеструкторов «Гидробрейк» и «Дестройл»

| Показатель   | ПДК  | Загрязненная аллювиально-дерновая почва до внесения препаратов |       |        | Аллювиально-дерновая почва после применения препаратов «Дестройл» |       |       | Аллювиально-дерновая почва после применения препаратов «Гидробрейк» |        |        |
|--|--|--|-------|--------|---|-------|-------|---|--------|--------|
|  |  | 1  | 2     | 3      | 1   | 2     | 3     | 1   | 2      | 3      |
| рН водной вытяжки  | Не нормируется   | 3,26   | 4,5   | 4,9    | 7,78  | 7,95  | 7,21  | 6,23  | 6,21   | 6,28   |
| рН солевой вытяжки   | Не нормируется   | 5,18   | 5,68  | 4,96   | 4,25  | 3,80  | 3,76  | 3,62  | 3,69   | 3,71   |
| Органическое в-во, %   | Не нормируется   | 1,85   | 1,82  | 1,96   | 1,85  | 1,82  | 1,96  | 1,85  | 1,82   | 1,96   |
| Сульфаты, ммоль/100 г почвы  | Не нормируется   | <0,5   | <0,5  | <0,5   | <0,5  | <0,5  | <0,5  | <0,5  | <0,5   | <0,5   |
| Хлориды, ммоль/100 г почвы   | Не нормируется   | 0,13   | 0,11  | 0,11   | 0,14  | 0,11  | 0,13  | 0,11  | 0,11   | 0,13   |
| Нефтепродукты, мг/кг   | 100 (фоновое значение для нефтедобывающих районов) <sup>3)</sup> | 86,92  | 120,2 | 130,69 | 56,69   | 83,42 | 88,9  | 46,85   | 79,36  | 81,03  |
| Бензапирен, мг/кг  | 0,02 <sup>1)</sup>   | 0,028  | 0,023 | <0,005 | 0,015   | 0,018 | 0,017 | <0,005  | <0,005 | <0,005 |
| Железо, мг/кг  | 38000 <sup>2)</sup>  | >5000  | >5000 | >5000  | >5000   | >5000 | >5000 | >5000   | >5000  | >5000  |
| Цинк, мг/кг  | 55 <sup>1)</sup>   | 28,5   | 30,3  | 16,3   | 28,5  | 30,3  | 16,3  | 28,5  | 30,3   | 16,3   |
| Медь, мг/кг  | 33 <sup>1)</sup>   | 7,8  | 7,9   | 6,1    | 7,8   | 7,9   | 6,1   | 7,8   | 7,9    | 6,1    |
| Марганец, мг/кг  | 1500 <sup>1)</sup>   | 245  | 235   | 124    | 245   | 235   | 124   | 231   | 221    | 105    |
| Никель, мг/кг  | 40 <sup>1)</sup>   | 13,4   | 13,9  | 10,8   | 13,4  | 13,9  | 10,8  | 13,4  | 13,9   | 10,8   |
| Свинец, мг/кг  | 32 <sup>1)</sup>   | 23,2   | 29,1  | 18,0   | 23,2  | 29,1  | 18,0  | 23,0  | 28,6   | 18,0   |
| Кадмий, мг/кг  | 0,5 <sup>1)</sup>  | <1,0   | <1,0  | <1,0   | <1,0  | <1,0  | <1,0  | <1,0  | <1,0   | <1,0   |
| Мышьяк, мг/кг  | 10,0 <sup>1)</sup>   | 3,9  | 4,0   | 3,3    | 3,9   | 4,0   | 3,3   | 3,9   | 4,0    | 3,3    |
| Подвижные соединения фосфора Р <sub>2</sub> О <sub>5</sub> , мг/кг | 800 <sup>2)</sup>  | 76,5   | 132   | 114    | 76,5  | 132   | 114   | 76,5  | 132    | 114    |
| Азот нитратный, мг/кг  | 130 <sup>1)</sup>  | <2,80  | <2,80 | <2,80  | <2,80   | <2,80 | <2,80 | <2,80   | <2,80  | <2,80  |
| Обменный аммоний, мг/кг  | Не нормируется   | 5,4  | 6,2   | 5,8    | <5,0  | 5,8   | <5,0  | <5,0  | <5,0   | <5,0   |
| Хром, мг/кг  | Не нормируется   | 27,0   | 26,5  | 13,9   | 27,0  | 26,5  | 13,9  | 27,0  | 26,5   | 13,9   |
| Ртуть, мг/кг   | 2,1 <sup>1)</sup>  | 0,019  | 0,016 | 0,008  | 0,019   | 0,016 | 0,008 | 0,019   | 0,015  | 0,008  |
| Метанол, мг/кг   | Не нормируется   | 6,28   | 6,23  | 6,21   | 5,48  | 5,85  | 4,96  | 5,38  | 5,74   | 5,51   |

<sup>1)</sup> СанПиН 1.2.3685-21 Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания [1].

<sup>2)</sup> Среднее содержание элемента в почвах мира.

<sup>3)</sup> РД 52.18.575-96 Методические указания. Определение валового содержания нефтепродуктов в пробах почвы методом [2].

Концентрация нефтепродуктов в исследуемых образцах почвы варьируется от 86,92 до 130,69 мг/кг, в трех пробах имеет незначительное превышающее фоновое значение для данного типа почв, разработанного сетевыми подразделениями Росгидромета.

По классификации Ю.И. Пиковского на основании обобщения данных о токсическом влиянии нефти на животные организмы и растения выделяется шесть уровней, исследуемым образцам характерен повышенный фон [3, с.218].

Все химико-аналитические исследования проводились в лабораториях, прошедших государственную аттестацию и получивших соответствующий сертификат.

рН водной вытяжки определялся по ГОСТ 26423 с помощью прибора Hanna pH 211. Концентрация хлоридов определялась аргентометрическим методом по ГОСТ 26425. Концентрация сульфатов определялась по ГОСТ 26426 методом фотометрии. Концентрация нефтепродуктов определялась по ПНД Ф 16.1:2.21-98 флуориметрическим методом.

Концентрация свинца, цинка, меди, кадмия, никеля, марганца, железа и хрома определялась по М-МВИ-80-2008 методом атомно-эмиссионной спектроскопии. Концентрация мышьяка определялась по МУ-МСХ-1993 методом фотометрии.

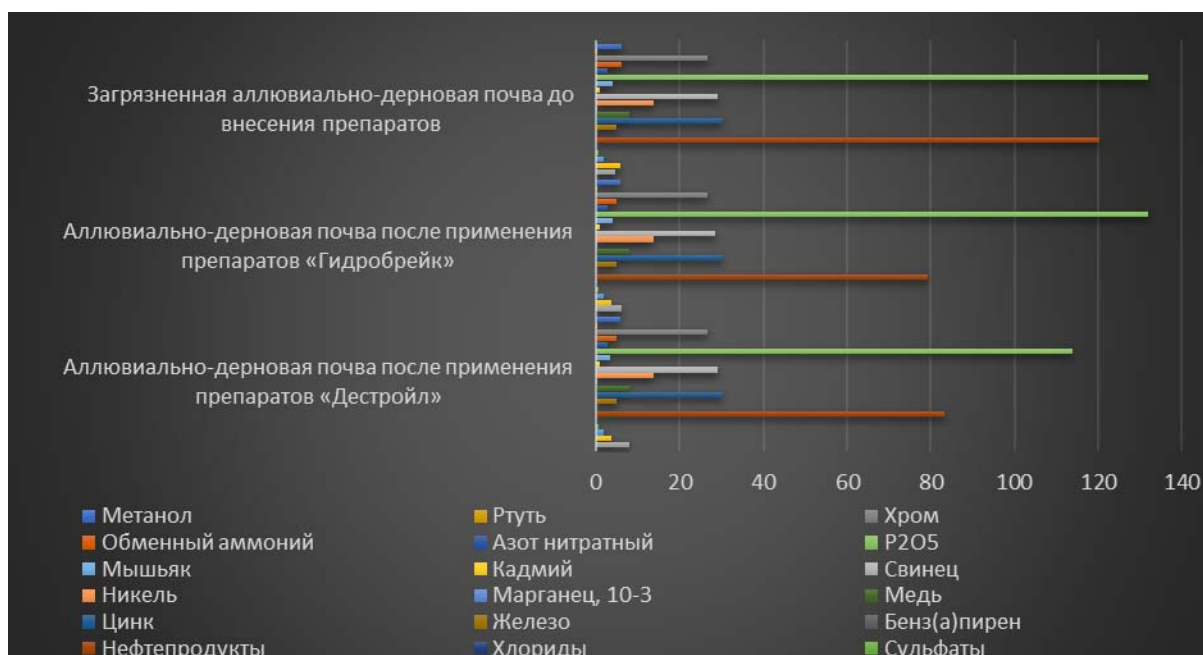


Рисунок 2 – Концентрация химических показателей почвы до внесения препаратов и после внесения нефтедеструкторов «Гидробрейк» и «Дестройл»

Из рисунка 2 видно, как происходят изменения химического состава почвы с применением нефтедеструкторов «Гидробрейк» и «Дестройл».

Исследуемые почвы характеризуются незначительным загрязнением нефтепродуктов с повышенной кислотностью почвы. При применении нефтедеструкторов изменяются показатели содержания нефтепродуктов, рН, бензпирен, общий аммоний, ртуть, метанол.

С применением нефтедеструктора «Гидробрейк» содержание нефтепродуктов уменьшилось на 39 %, рН почвы стало ближе к нейтральному (рН водной вытяжки находится в диапазоне от 6,21 до 6,28 ед.рН). Ввиду большого количества питательных веществ в препарате происходит естественное окисление, концентрация обменного аммония стала ближе к минимальному значению <5,0 мг/кг. Применение нефтедеструктора «Дестройл» показало, что содержание нефтепродуктов уменьшилось на 32 %, рН почвы стало ближе к нейтральному (рН водной вытяжки находится в диапазоне от 7,21 до 7,95 ед.рН).

Незначительно уменьшилось содержание ртути и метанола. Концентрации свинца, цинка, меди, кадмия, никеля, марганца, железа и хрома остались неизменными.

По сравнению с концентрациями загрязненных проб можно сделать вывод, препараты «Гидробрейк» и «Дестройл» не только уменьшают концентрацию загрязнений нефтепродуктов и, соответственно, влияют на рН почвы. Нефтедеструкторы незначительно изменяют концентрацию других элементов, уменьшая токсичность почвы. Контроль содержания макроэлементов в почве является важным, т.к. они играют не только биологическую значимость для растений, участвуя в синтезе хлорофилла, в построении ферментов, но и многие являются опасными загрязнителями окружающей среды: кадмий, свинец, ртуть, метанол.

### ***Список литературы***

1. СанПиН 1.2.3685-21 Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания.
2. РД 52.18.575-96 Методические указания. Определение валового содержания нефтепродуктов в пробах почвы методом.
3. Пиковский Ю.И., Исмаилов Н.М., Дорохова М.Ф. Основы нефтегазовой геоэкологии: учебное пособие. – Москва, ИНФРА-М, 2017. – 336 с.
4. [https://www.plastikom72.ru/catalogue/good/658/dlya\\_udaleniya\\_nefteproduktov\\_iz\\_vodyi\\_i\\_pochvyi\\_destroyl\\_putidoyl](https://www.plastikom72.ru/catalogue/good/658/dlya_udaleniya_nefteproduktov_iz_vodyi_i_pochvyi_destroyl_putidoyl).
5. <http://hydrobreak.ru/>.

## **ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ТОЧКИ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**Е.В. Быковская, д.э.н., профессор  
Тамбовский государственный технический университет**

***Аннотация.** В статье автором комплексно рассмотрены функции и задачи инновационной экономики, проведена её оценка на современном этапе, проанализированы перспективы её развития. Изучены условия реализации и роста инновационного потенциала промышленного предприятия, её связь с сопряжёнными понятиями. Выявлены и обоснованы перспективы развития инновационных технологий при имеющихся ограничительных факторах и их влияния на рост конкурентоспособности предприятия. Определен подход ее образующий. Обозначены факторы, влияющие на актуальное состояние и перенастройку всех отечественных экономических систем к цифровизации и 4 индустриальной революции. В рамках выполненного исследования и его результатах, представленных в данной статье, выявлено, что состояние всех экономических отечественных систем, в особенности, промышленности требует структурной трансформации для обеспечения технологического прорыва, обозначенного в новых национальных проектах РФ, направленных на решение обозначенных проблем и поставленных задач.*

***Ключевые слова:** инновация, инновационная экономика, инновационный потенциал, промышленное предприятие, инновационные технологии, конкурентоспособность.*

Новые социально-экономические условия, продиктованные вызовами окружающей среды, диктуют необходимость перехода на новую ступень научно-технической революции, и концентрации внимания на нововведениях со стороны всех экономических систем мирового экономического пространства, и в большей степени промышленных предприятий. Что красноречиво демонстрируют события последнего времени. Возможность адаптации ключевых экономических систем общества к реалиям настоящего времени и повышения качества жизни в сложившихся условиях зависит от обеспечения постоянного поступательного формирования и роста инновационной среды, высокотехнологичных научно-технических разработок, внедрения инновационных технологий.

Мы позволим себе высказать мнение, что научное общество и предпринимательство России относительно недавно стало уделять повышенное внимание, детально изучать и раскрывать такие понятия, как долгосрочное инновационное развитие, стратегическая технологическая конкурентоспособность. В экономическом управлении принято изменение методов и форм управления на другие. Сложившиеся условия в экономической

сфере вынуждают все хозяйствующие субъекты от малого бизнеса до субъектов на уровне государства заниматься инновационной деятельностью. Несмотря на относительную «молодость», деятельность в сфере инноваций заняла прочное место в развитии науки и предпринимательства. В настоящее время трудно представить себе эффективно функционирующее предприятие без использования усовершенствованных информационных технологий.

Под «новшеством» принято понимать изобретение чего-то нового, ранее не существовавшего, или усовершенствование существующего, но применение его в нехарактерных для него условиях. В настоящем мире популяризация данного направления растет, и понятия новшества, новаций и нововведений зачастую отождествляют. Данное явления в принципе можно объяснить, так как изобретение признается как инновация только после прохождения им пути от того момента, как данное нововведение принимается, и до момента его распространения [1].

Фактически самыми затратными статьями инновационной деятельности любой экономической системы при переводе новаций в инновации являются финансы, время, энергия. Для смыслового разделения можно определить, что новшества формируют рынок новаций, за образование рынка капитала отвечают инвестиции, инновации же отвечают за образование конкурентоспособного рынка нововведений (рис.1).



Рисунок 1 – Алгоритм инновационной деятельности

Инновации в широком смысле представляют собой новые технологии с различными характеристиками, применяемые во всех подразделениях хозяйствующих субъектов. Временные затраты, требуемые для воплощения новшества от момента задумки, до момента создания, коммерциализации и введения в оборот, принято считать жизненным циклом инноваций. Представлению жизненного цикла инноваций как инновационного процесса способствует определенная последовательность проведения работ. Интеллектуальная деятельность на рынке новаций признается главным, а потому и наиболее ценным товаром, на которую признается распространение прав различного вида, к примеру авторских, и каких-либо других, закрепленных соответствующими правовыми актами [2].

Любые коммерческие организации, вузы, лаборатории, связанные с научно-исследовательской деятельностью, целью деятельности которых является изобретение и применение на практике чего-то нового и дальнейшей

его коммерциализации, могут составлять рынок новаций. Рассматривая содержание инновационного проекта можно выделить две идеи:

1) Совокупность определенных действий, методов, позволяющих предприятию достигать поставленных задач.

2) Система упорядоченных документов, подкрепленных правовыми нормами, с целью ведения текущей деятельности.

Существование любого инновационного проекта без финансирования на практике невозможно. Научно-технические программы частично проходят программу государственного финансирования, за счет получения грантов. Создание и реализация инновационного проекта возможно при поддержке следующих этапов:

1. Образуется и формируется идея, которая требует инвестирования.
2. Подготавливаются и исследуются возможные инвестиции.
3. Подготавливаются документы для заключения контракта.
4. Подготавливаются документы на проект.
5. Проводятся строительные-монтажные работы.
6. Объект вводится в эксплуатацию;
7. Проведение мониторинга общих коэффициентов.

Согласно договоренности внутри предприятия, работы касающиеся определенного проекта подвергаются тщательному планированию и подготовке. К ряду причин, способствующих неудачам какого-либо проекта можно отнести неправильную организацию выполняемых действий внутри рабочей группы, а также разногласия внутри коллектива. Прохождение этапов любого проекта можно разделить на:

- определение;
- проектирование;
- разработка;
- реализация;
- контроль.

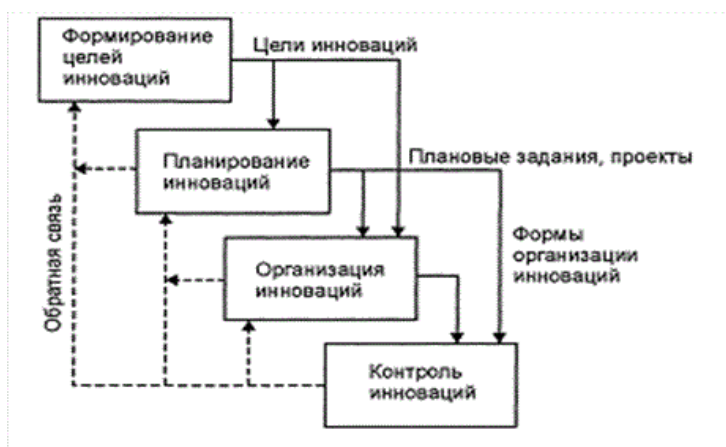


Рисунок 2 – Структурно-логическая схема стадий инновационной деятельности



Под смыслом генерации определенных стадий инвестиционной идеи понимается планирование определенных действий. Данные стадии включают соотношение субъектов и объектов инвестиций, методы и источники их формирования.

К субъектам инвестиций можно отнести другие предприятия, применяющие на своей практике инновационные технологии.

К объектам инвестиций можно отнести предприятия, производственные здания, в которых происходит формирование или модернизация конструкций, в которых будет производиться выпуск новых товаров.

Формы используемых инвестиций:

- ассигнации и их эквиваленты;
- техническое оснащение;
- производственные здания;
- земельные участки.

Под источниками инвестиций понимают:

- собственные и заемные денежные средства;
- средства, выделенные из бюджетов разных уровней;
- капитал, совместно участвующих организаций, так называемый иностранный капитал.

На стадиях изучения потенциала инвестирования выделяют:

- предварительный учет анализа спроса на данный вид продукции;
- анализируется ценовой диапазон, включающий существующие цены, а также возможные перспективы роста;
- проводится оценка необходимого объема инвестиций, и форму реализации проекта;
- подготовка и утверждение проектной документации.

Инновационный проект характеризуется следующими стадиями:

1. Определяются благоприятные условия (рис. 3).



Рисунок 3 – Определение благоприятных условий

2. Составляется анализ технико-экономической части (рис. 4).

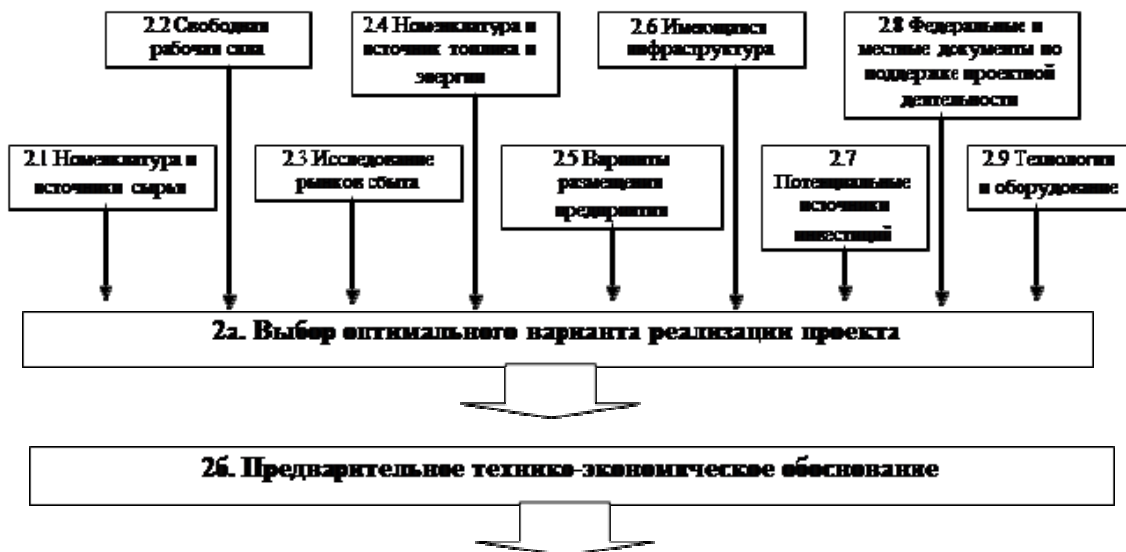


Рисунок 4 – Анализ технико-экономической части

3. Дается реальная оценка проекта (Рисунок 5)



По каждому пункту проекта проходит проработка деталей. Изучение благоприятных условий считается отправной точкой предынвестиционной стадии. В странах с наиболее развитой экономикой наиболее глубокую разработку этого направления проводят государственные организации.

Экономический кризис в России заложил тенденции более тщательного отношения к финансовым средствам, выделяемым в качестве поддержки финансирования инновационной деятельности.

В сфере инновационной трансформаций бизнес-сообщества, представленного наукоемкими и высокотехнологичными организациями, целесообразно выделить следующие тренды: повышение уровня автоматизации производства, роботизации, цифрового проектирования; создание агрегаторов конкретных товаров и услуг, B2B-маркетплейсов; обеспечение кибербезопасности и т.п.

Возможности внедрения инновационных технологий в научно-исследовательских организациях и ведущих образовательных учреждениях представлена следующими трендами: создание научно-образовательной цифровой платформы; внедрение принципов цифрового образования в режиме онлайн-курсов на российских платформах; повышение уровня автоматизации и роботизации НИОКР; обеспечение кибербезопасности и т.п.

К основным трендам в интересах инновационного развития гражданского общества, его результирующей цели-повышению качества жизни населения целесообразно отнести: повышение уровня цифровой грамотности населения; повышение требований к профессионализму и компетентности; повышение уровня виртуализации производства и управления (например, удаленный офис,

лицей, освоение новых знаний и т.п.); развитие технологий кроссканальных коммуникаций и мобильных технологий; формирование более удобных цифровых сервисов государственных и муниципальных услуг и т.п. [3,4].

На основе организационных уровней предприятия структурирована организационно-функциональная блок-схема (рисунок 5), которая отражает процессный и функциональный подходы к сущности стратегического управления инновационной деятельностью промышленного предприятия, конкретизирует последовательность и содержание его основных этапов на разных уровнях определяет уровневую потенциальную результативность на каждого из этапа стратегического управления инновационной деятельности промышленного предприятия [5].

В стратегическом управлении инновационной деятельностью предприятия важное место занимает инновационный потенциал как основа формирования его инновационных стратегий. Понятие «стратегический инновационный потенциал предприятия» далеко не ново, и его рассматривают чаще всего, как совокупность возможностей использования или максимизации вовлечения потенциального ресурсного, финансового, организационного, интеллектуального обеспечения в долгосрочной перспективе [7, 8].

На наш взгляд, структуру инновационного потенциала следует рассматривать в виде шесть структурных компонентов, образующих инновационный потенциал промышленного предприятия: интеллектуальный, научно-исследовательский, производственно-технический, финансовый, маркетинговый и организационно-управленческий (рис. 6).

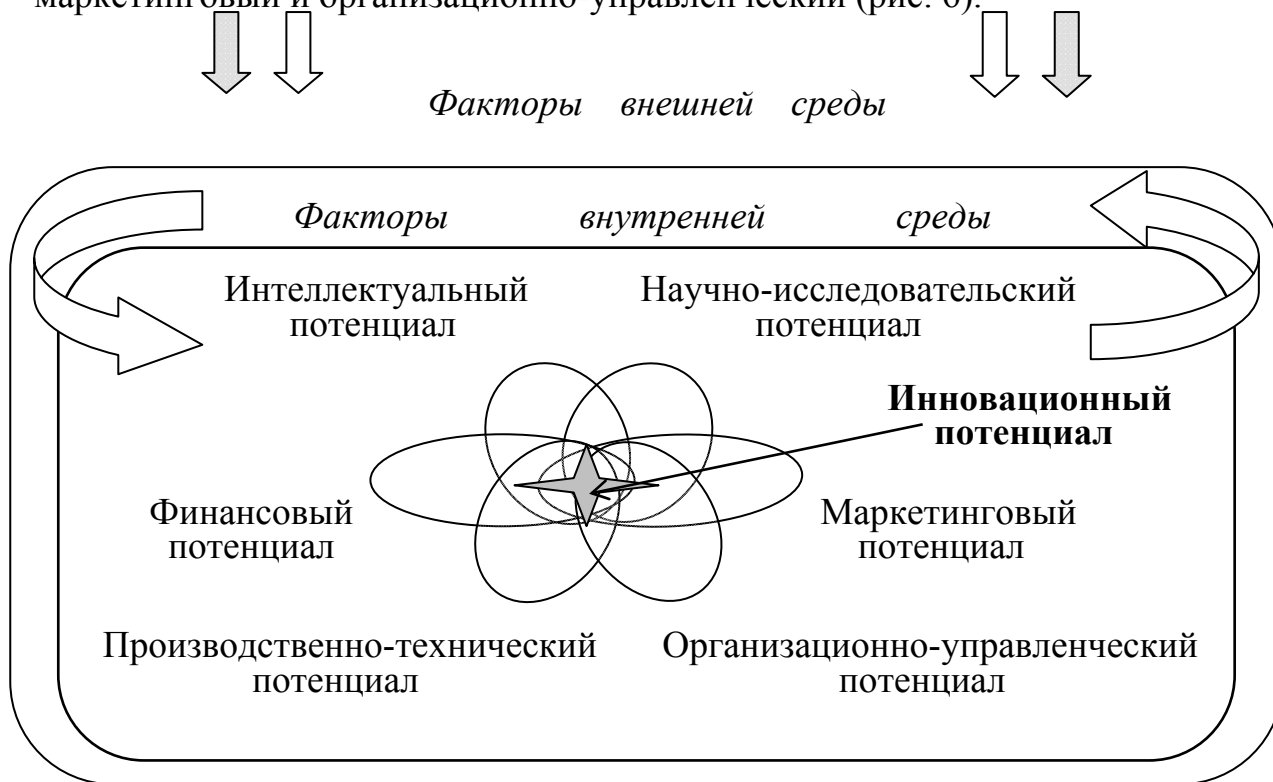


Рисунок 6 – Схема структурных составляющих стратегического инновационного промышленного предприятия




Рисунок 5 – Организационно-функциональная блок-схема стратегического управления инновационной деятельностью промышленного предприятия

Ключевой характеристикой устойчивости и роста инновационного потенциала промышленного предприятия можно считать эффект синергии, т. е. увеличение эффективности всей системы инновационного потенциала от взаимодействия его элементов, с точки зрения факторного подхода с акцентами системного видения. Находясь в тесной взаимосвязи и активно взаимодействуя между собой, составляющие инновационного потенциала предприятия способствуют успешному осуществлению инновационной деятельности и качественным преобразованиям в развитии предприятия. Стоит отметить, что наличие системы эффективного управления инновационной деятельностью на предприятии, обеспечивающей возможности реализации его организационно-управленческого потенциала, способствует внедрению и реализации инновационных технологий, необходимых для повышения производственно-технического потенциала, что, осуществимо, естественно, только при росте маркетингового потенциала предприятия. Вышеизложенное позволяет говорить о дуальности природы инновационного потенциала предприятия: с одной стороны, его образуют различные виды ресурсов, существующие и потенциальные возможности организации, а с другой стороны, сам инновационный потенциал оказывает значительное влияние на состояние ресурсных составляющих, их структуру, определяет возможность их комбинирования и интегрирования в целях обеспечения эффекта синергии. [10,11]. Эта двойственность должна учитываться и «использоваться» менеджментом промышленного предприятия в его инновационном развитии при формировании его общей конкурентоспособности, и ее ключевого фактора – стратегической технологической конкурентоспособности.

Проведенные нами исследования, в частности его практические апробации, позволили нам разработать методологический подход к стратегическому управлению технологической конкурентоспособностью промышленного предприятия, включающий в себя ключевые идеи и положения, основанные на принципах стратегического управления и факторах конкурентоспособности с учетом актуальных направлений формирования стратегических параметров инновационно-технологического развития промышленного предприятия (рис. 7).

В основе разработки методологического подхода к управлению технологической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе внедрения инновационных технологий лежат принципы стратегического управления и анализ факторов конкурентоспособности на том или ином этапе развития промышленного предприятия. С позиций системного подхода стратегический конкурентный потенциал предприятия (СКПП) представляет собой относительно устойчивую совокупность структурных/функциональных элементов, взаимосвязанных и объединенных единой системой управления и единой стратегией развития бизнеса [11].

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>Материальные ресурсы<br/>Нематериальные ресурсы<br/>Технологии<br/>Инновации<br/>Компетенции<br/>Маркетинговые технологии<br/>Партнерские отношения<br/>Институциональные факторы (государственная поддержка и пр.)<br/>Стоимость предприятия<br/>Инфраструктура</p> | <p>Открытость к нововведениям<br/>Организованность совокупности элементов<br/>Сложность и структурированность системы управления<br/>Эмерджентность (целостность) объекта и субъекта управления<br/>Ориентация на результат<br/>Взаимодействие элементов системы управления</p> | <p>Формирование системы стратегического управления технологическим развитием промышленного предприятия, отличающийся акцентом на использовании методологии мобилизации<br/>внутрихозяйственных резервов<br/>Разработка алгоритма внедрения организационно-экономического механизма использования мобилизации внутрихозяйственных резервов в структуре стратегического управления предприятия<br/>Определение перспектив развития промышленного предприятия в зависимости от уровня конкурентоспособности<br/>Построение модели мобилизации внутрихозяйственных резервов, принципы и условия их использования в процессах модернизации промышленного предприятия<br/>Выявление возможности повышения эффективности функционирования промышленных предприятий в разрезе долгосрочных управленческих изменений его функционирования<br/>Организация деятельности с учетом факторов конкурентоспособности и ее уровня</p> |
| <p><b>Факторы конкурентоспособности</b></p>   | <p><b>Принципы стратегического управления</b></p>   | <p>• Идеи и положения</p>   |
|  <p><b>Методологический подход к стратегическому управлению технологической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе внедрения инновационных технологий</b></p>    |   |   |

| <b>Блок 1. Разработка теоретических основ стратегического подхода в системе управления промышленного предприятия</b>   | <b>Блок 2. Разработка направлений формирования стратегических параметров инновационно - технологического развития промышленного предприятия</b>  | <b>Блок 3. Разработка инструментария оценки факторов, определяющих стратегическую технологическую конкурентоспособность промышленного предприятия</b>   |
|--|--|---|
| Уточнение содержания стратегической конкурентоспособности<br>Классификация факторов, определяющих возможности повышения стратегической конкурентоспособности<br>Анализ перспектив и ограничений развития промышленного предприятия | Формирование системы информационного обеспечения показателей и критериев стратегической конкурентоспособности и<br>Методика оценки уровня конкурентоспособности и на основе расчета интегральных индексов, стратегической конкурентоспособности и способности использования внутрихозяйственных резервов | Методика оценки факторов, оказывающих наибольшее влияние на конкурентоспособность<br>Инструмент управления стратегической технологической конкурентоспособности и промышленного предприятия на основе<br>Процедура оценки эффективности влияния конкурентоспособности и на рентабельность промышленного предприятия |

Рисунок 7 – Структурные элементы методологического подхода к стратегическому управлению технологической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе инновационных технологий

В рамках данной статьи авторами проиллюстрировано, что управление конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе управления инновационным потенциалом, можно рассматривать как процесс оценки факторов конкурентоспособности и поиска путей выявления и реализации эффекта их синергии, т.е. увеличения эффективности всей системы инновационного потенциала от взаимодействия его элементов, которая в свою очередь обеспечивает рост его технологической конкурентоспособности.

### *Список литературы*

1. Новый экономический словарь / под. ред. А.Н. Азриляна. – М.: Ин-т новой экономики, 2010. – 1088 с.
2. Экономическая энциклопедия / гл. ред. Л.И. Абалкин. – М.: Экономика, 1999. – 1055 с.
3. Пригожин, А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики) / А.И. Пригожин. – М.: Политиздат, 1989. – 270 с.
4. Ключкова, Е.Н. Экономика предприятия / Е.Н. Ключкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – М.: Юрайт, 2014. – 448 с.
5. Бодрунов С.Д. Россия на пороге революции // Российская газета. – Спецвыпуск № 7228 (62). – Режим доступа: <https://rg.ru/2017/03/23/rossii-predrekli-chetvertiuiuindustrialnotehnologicheskuiu-revoliuciiu.html>.
6. Быковский В.В., Быковская Е.В. Возможности инновационно-технологического развития промышленных предприятия РФ на основе повышения их стратегической технологической конкурентоспособности // Проблемы и перспективы развития экономики и управления. – Прага, Чехия. – 3-4 декабря, 2016. – С. 8.
7. Вертакова Ю.В. Перспективы развития технологического предпринимательства в машиностроительном комплексе / Ю.В. Вертакова, Т.Н. Бабич, А.С. Некипелова, Е.В. Быковская // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление, 2019.
8. Теоретические основы формирования промышленной политики / Адова И.Б., Азимов Ю.И., Алетдинова А.А., Борисов А.А., Кузьмина С.Н. и др. – Санкт-Петербург, 2015.
9. Выход из кризиса: развитие экономики и промышленности / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2016. – 558 с.
10. Теоретические основы формирования промышленной политики / Адова И.Б., Азимов Ю.И., Алетдинова А.А., Борисов А.А., Кузьмина С.Н. и др. – Санкт-Петербург, 2015.
11. Быковская Е.В. Стратегическое управление технологической конкурентоспособностью промышленных предприятий на основе мобилизации внутрехозяйственных резервов: дис. д-ра эконом. наук. Курск, 2019. – 301 с.



## **ВЫЯВЛЕНИЕ ФИРМ-ОДНОДНЕВОК ВНЕШНИМИ НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ**

**Н.С. Васильева, старший преподаватель  
Новосибирский государственный университет экономики и управления  
«НИНХ»**

***Аннотация.** Выдвигается и доказывается гипотеза о том, что существующие методики идентификации «фирм-однодневок» не позволяют внешним неспециализированным стейкхолдерам выявлять специфические скрытые признаки «однодневности» субъектов, приводится рекомендация по реализации методики оценки вероятности намерений непрерывности деятельности субъектов в идентификации «фирм-однодневок».*

***Ключевые слова:** фирма-однодневка, серые фирмы, идентификация признаков однодневности, налоговые органы, правоохранительные органы, внешние неспециализированные стейкхолдеры, методика оценки вероятности непрерывности деятельности экономических субъектов*

**Актуальность исследования.** Явление «фирма-однодневка» в РФ возникло в начале 90-х годов 20 века и, несмотря на активную государственную политику по борьбе с недобросовестными экономическими субъектами, не теряет своей актуальности по настоящий момент времени.

В соответствии с экономическим подходом в общем виде явление «фирма-однодневка» можно характеризовать как специфических участников экономических отношений с ее реальными учредителями, номинальными учредителями, внешними стейкхолдерами, государственными органами.

В соответствии с правовым подходом понятие «фирма-однодневка» трактуется как юридическое лицо, характеризующееся как явными, так и скрытыми специфическими (неправомерными, умышленными, недобросовестными) признаками создания субъекта, ведения им деятельности и прекращения его существования, в частности связанными с регистрацией и ликвидацией юридического лица, с его учредителями / руководителями, с контактными данными, финансово-хозяйственной деятельностью и необходимыми ресурсами, контрагентами, ведением бухгалтерского и налогового учета, банковскими счетами, финансовыми показателями. При этом, в качестве явных признаков можно назвать, например, отсутствие регистрации в ЕГРЮЛ, частую смену юридического адреса, наличие номинальных учредителей/руководителей, убыточную деятельность и т.п. Скрытыми признаками, например, являются внешние признаки заполнения первичных документов двух разных организаций (одинаковый почерк), скрытое использование основных средств, отклонения и в совершении организациями сделок, и т.п.

В ответ на развитие государственных методов борьбы с «фирмами-однодневками» характеристики таких субъектов претерпели изменения, в связи с чем исследователями в настоящее время выделяются классические «фирмы-однодневки» и более опасные для внешних стейкхолдеров «серые фирмы». Основными отличиями «серых фирм» от «фирм-однодневок», являются отсутствие явно выраженных специфических, недобросовестных признаков создания юридического лица и ведения им деятельности, относительно длительный срок существования (от года до трех лет) и проявление деловой активности, в частности осуществление реальных экономических операций. Цель же субъектов, создающих «серые фирмы», аналогична «фирмам-однодневкам» – корыстное обогащение за счет добросовестных участников экономических отношений. Цель функционирования «серых фирм» аналогична «фирмам-однодневкам» – прикрытие нелегальных экономических действий субъектов, при этом, через осуществление реальной экономической деятельности, но результаты которой имеют крайне низкую ценность для потребителя. «Серые фирмы» в условиях отсутствия явных специфических, оппортунистических признаков характеризуются присущностью скрытости намерений и в перспективе, вследствие своей неправомерной, умышленной, недобросовестной деятельности, могут «исчезнуть» из делового оборота.

Вступление внешних стейкхолдеров во взаимодействие с «серыми фирмами» влечет за собой отсутствие гарантий, т.е. риски обмана со стороны партнера, а также ряд иных неблагоприятных последствий – встречные налоговые проверки, более пристальный контроль со стороны налоговых органов в перспективе, судебные тяжбы, финансовые потери, ничтожность сделок, испорченная экономическая репутация, попадание в «черные списки».

**Проблема.** Отсутствие явных признаков однодневности деятельности субъекта не означает, что субъект реализует добросовестную экономическую деятельность – это может быть «серая фирма», для выявления которой необходимо установление наличия скрытых признаков однодневности деятельности. При этом для внешних неспециализированных стейкхолдеров, с учетом последствий вступления во взаимодействие с «фирмами-однодневками», из типов их идентификации (реактивный, проактивный, реактивно-проактивный) исключительным является проактивный тип.

**Выдвижение гипотезы.** Существующие методы идентификации «фирм-однодневок» не позволяют неспециализированным внешним стейкхолдерам проактивно выявлять и устанавливать специфические умышленные, недобросовестные, скрытые признаки «серых» субъектов.

**Проверка гипотезы.** По результатам исследования специальных работ, посвященных «фирмам-однодневкам», по критерию субъекта выявления, были выделены три подхода к идентификации «фирм-однодневок»: налоговая, правоохранительная и NS-стейкхолдеровская идентификация [1, 3, 4, 5]. Исследование проводится с позиции внешних, неспециализированных стейкхолдеров (поставщики, покупатели, инвесторы, кредиторы), в связи с чем внимание сфокусировано на NS-стейкхолдеровской идентификации фирм-однодневок, целью которой является предотвращение неблагоприятных

последствий от взаимодействия с недобросовестными субъектами. С учетом сформулированной проблемы идентификации субъектов – «фирм-однодневок» был проведен анализ данного подхода по критериям: отсутствие ограничений по использованию внешними неспециализированными стейкхолдерами; проактивный характер выявления; выявление скрытых признаков однодневности субъектов.

Исследователи в рамках идентификации признаков однодневности субъектов выделяют два основных этапа: проявление должной осмотрительности налогоплательщика и реализация дополнительных мероприятий по идентификации признаков однодневности субъектов.

В реализации первого этапа используются следующие методы.

1. Получение специальной информации из официальных источников (включения в ЕГРЮЛ на дату совершения сделки, наличия налоговой задолженности и т.п.). Для оценки рисков при выборе контрагентов налогоплательщиками могут учитываться утвержденные приказом ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333@ общедоступные критерии самостоятельной оценки рисков для налогоплательщиков, используемые налоговыми органами в процессе отбора объектов для проведения выездных налоговых проверок.

По мнению исследователей получение специальной информации из официальных источников имеет ряд ограничений.

1.1. Возможно выявление явных, формальных признаков «классической фирмы-однодневки», при этом нельзя выявить скрытые признаки однодневности «серых фирм». Т.е. проявление должной осмотрительности в большей степени ориентировано на соблюдение требований налоговых органов. Но не способствует предотвращению неблагоприятных последствий от взаимодействия с недобросовестными субъектами.

1.2. Фильтрация внешними неспециализированными стейкхолдерами субъектов по общедоступным признакам «фирмы-однодневки» может означать потерю потенциальных возможностей (упущение выгоды), т.к. субъекты могут иметь признаки однодневности, но при этом ведут реальную, правомерную деятельность без намерений ее прекращения.

1.3. Трудоемкий процесс: чем больше выявлено признаков однодневности, тем корректнее выводы о статусе субъекта.

2. Метод черных списков. В базу данных попадают экономические субъекты, замеченные в финансовых махинациях. Списки размещают на сайте ЦБ в открытом доступе. Недостатком является то, что в черный список могут попадать субъекты с явными признаками однодневности, но не имеющие скрытых признаков однодневности, с намерением осуществления добросовестной деятельности в длительной перспективе.

3. Оперативно-розыскные методы. Возможности реализации оперативно-розыскных методов в выявлении «фирм-однодневок» внешними неспециализированными стейкхолдерами совершенно не сопоставимы с возможностями налоговых и следственных органов. В частности внешние неспециализированные стейкхолдеры могут проверить у организации допуски и лицензии на осуществление деятельности, свидетельства ИНН, ОГРН,

полномочия лиц-представителей контрагента на право совершения сделки и, тем самым, выявить только явные признаки однодневности субъектов.

В реализации второго этапа используются следующие методы.

2.1. Методы финансово-экономического анализа. На основе открытых (бухгалтерская отчетность) источников информации изучаются различные финансовые показатели и в таком развороте финансово-экономический анализ позволяет выявить только явные признаки однодневности субъекта. Кроме того, возможны риски использования недостоверных источников информации вследствие манипулирования данными бухгалтерской отчетности субъектами.

2.2. Скоринговые методы. Скоринг характеризуется как предоставление рекомендаций по отношению к контрагенту на основе баллов, которые были присвоены ему на основании предоставленных данных [5](расчет индекса должной осмотрительности, индекса благонадежности, анализ визитной карточки компании по направлениям). Несмотря на включение в оценку субъектов достаточного большого количества параметров его деятельности, скоринг ориентирован на выявление явных признаков однодневности деятельности субъектов.

2.3. Отслеживание сведений о контрагенте в СМИ и в Интернете. Неофициальные источники информации не позволяют выявить скрытые признаки однодневности деятельности организации, отразить весь спектр достоинств и недостатков контрагента. Кроме того, по мнению исследователей [5] базы СМИ и в Интернете считать достоверными нельзя.

Таким образом, в результате проведенного исследования были сформулированы следующие выводы: методы выявления однодневности субъекта доступны внешним неспециализированным стейкхолдерам, но используются внешними в условиях ряда ограничений, не позволяющих выявлять скрытые признаки однодневности деятельности субъектов, а также не характеризуются проактивностью.

**Обсуждение результатов.** Для решения выявленной проблемы авторами предлагается в NS-стейкхолдерской идентификации в качестве скрытого признака однодневности деятельности экономического субъекта считать умышленные намерения по прекращению его деятельности. С целью выявления умышленных намерений по прекращению деятельности субъектов предлагается разработанный авторами проактивный методический подход к выявлению недобросовестных экономических субъектов (преднамеренных банкротов). Обобщенно, проактивный подход в отношении выявления субъектов – «фирм-однодневок» включает четыре этапа.

1. Разделение субъектов на две группы: субъекты с наличием и отсутствием явных признаков однодневности деятельности.

2. Разделение субъектов с явными признаками однодневности деятельности на две группы: субъекты с высокой и низкой степенью вероятности прекращения своей деятельности.

3. Разделение субъектов с отсутствием явных признаков однодневности деятельности на две группы: субъекты с высокой и низкой степенью вероятности прекращения своей деятельности.

В реализацию второго и третьего этапов предлагается встраивание методики построения интегрального показателя оценки вероятности преднамеренного банкротства, разработанной авторами применительно к выявлению экономических субъектов-преднамеренных банкротов[2]. Для экономических субъектов – «фирм-однодневок»: построение интегрального показателя оценки вероятности бросания / перепродажи экономического субъекта / преднамеренного банкротства.

#### 4. Формирование четырех групп экономических субъектов (рис. 1).

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| Наличие скрытых признаков однодневности деятельности | Высокая вероятность прекращения деятельности | <b>Классическая фирма-однодневка</b>               | <b>Серая фирма</b>                                    |
|  | Низкая вероятность прекращения деятельности  | <b>Е-Фирма-однодневка</b>                          | <b>Добросовестный экономический субъект</b>           |
|  |  | Наличие явных признаков однодневности деятельности | Отсутствие явных признаков однодневности деятельности |

Рисунок 1 – Группировка экономических субъектов по наличию явных и скрытых признаков однодневности деятельности

На данном этапе внешними стейкхолдерами реализуется выбор типа своего поведения, адекватный типу поведения экономических субъектов. Принимаются стратегические и тактические решения по управлению финансовыми рисками, возникающими вследствие взаимодействия с экономическими субъектами в разрезе групп по степени вероятности прекращения деятельности.

#### **Список литературы**

1. Вальтер А.В. Налоговые преступления – характеристика и способы противодействия // Аграрное и земельное право. – 2019. – № 5 (173). – С. 143-150.
2. Васильева Н.С. Проактивное выявление преднамеренного банкротства экономических субъектов // Наука о данных: материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 5-7 февраля 2020 г. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ. – 2020. – С. 78-81.
3. Вискова Е.О. Механизмы оценки недобросовестных контрагентов как самозащита от налоговых доначислений // Наука и бизнес: пути развития. – 2016. – № 8 (62). – С. 52-55.
4. Зыков С.В., Филимонова А.М. Недобросовестный контрагент // Вектор экономики. – 2017. – № 2 (8). – С. 1.
5. Перова Д.С. Роль проверки контрагентов на благонадежность в оптимальном управлении бизнесом // Двадцать вторые апрельские экономические чтения: Материалы международной научно-практической конференции, Омск, 19 апреля 2016 года / Под редакцией В.А. Ковалева, А.И. Ковалева. – Омск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Омский филиал, 2016. – С. 227-230.

## ВАЖНОСТЬ ВЗАИМОВЛИЯНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Е.А. Волкова, к.э.н., доцент

С.С. Лапина, студентка

Ульяновский государственный технический университет

*Аннотация.* В статье описаны две науки: менеджмент и управление качеством; эволюцию их развития как отдельных наук. Сформированы основные принципы, функции и положения, которые их связывают. Обосновывается их актуальность и уровень воздействия на деятельность предприятия.

*Ключевые слова:* организация, менеджмент, управление, мотивация, методы, эффективность.

В настоящее время, большое внимание уделяется вопросам рыночных отношений. Организации, предприятия, фирмы стараются повысить уровень заинтересованности людей, повысить конкурентоспособность, а в дальнейшем расширить свое производство. Для того, чтобы уверенно стоять на ногах, организации необходимо в-первую очередь обеспечить на предприятии эффективность трудовой деятельности.

Экономический прогресс – это основа повышения эффективности организации, который отвечает на вопрос: ценой каких затрат и усилий достигаются поставленные цели, приводящие к результативности производства.

Эффективность общественного производства – это отношение конечного результата производства к затратам на его получение. То есть, если мы достигаем нужного нам результата, при этом с низкой долей затрат, наше производство является эффективным. Деятельность предприятия или отдельных мероприятий может считаться эффективной если, полученный при подсчёте коэффициент больше единицы.

По мимо экономической эффективности, большое внимание в организации должно уделяться социальной эффективности.

Социальная эффективность – это процентное соотношение между двумя аспектами: результатами, которые получил рабочий коллектив при взаимодействии и коммуникациями друг с другом, и целями, которые были перед ним поставлены. Основными показателями, характеристиками социальной эффективности являются: удовлетворённость, как трудового коллектива, так и потребителей; условия труда, график работы, уважение и многое другое.

Взаимосвязь социальной эффективности и экономической эффективности является связующим звеном двух специализаций, таких, как менеджмент и управление качеством.

Менеджмент – профессиональный вид деятельности, направленный на достижение целей, намеченных организацией, путём рационального использования трудовых и материальных ресурсов, в том числе с применением принципов, методов, функций экономического механизма менеджмента.

Менеджером можно назвать человека тогда, и только тогда, когда он принимает организованное решение, которое способствует повышению эффективности трудовой деятельности [2].

Весь менеджмент, все его концепции, идеи и принципы, всё, служит для развития и повышения производительности организации, которая должна приносить прибыль.

А управление качеством занимается вопросом обеспечения надлежащего уровня качества производимой продукции, удовлетворяющего запросам потребителя; качество – степень соответствия требованиям.

Если предприятие качественно выпускает качественную продукцию, на качественно проанализированный рынок, то оно непременно повысит свою эффективность. Также, в рассмотрении данного вопроса, можно пойти и от обратного. Одним из основных и первостепенных показателей эффективности является качество. Расширение выпуска высококачественной продукции – признак интенсивного типа развития производства, характерная черта научно-технического прогресса.

Возвращаясь к вопросу взаимосвязи менеджмента и управления качеством, при изучении двух специализаций, мы можем заметить применение одинаковых концепций.

Так, отцом школы научного управления в менеджменте, и основоположником развития идей управления качеством является Тейлор, а точнее его система, нормирования трудового дня, введение двойной расценки (за брак – штраф, за выполнение работы и достижение цели – вознаграждение). Вместе с ним, большой вклад внёс Шухарт, который привнёс в работу специалистов по качеству, статистические методы, разработав понятия поля допуска, карты по альтернативному и количественному признаку, индексы центрированности и пригодности. Были введены в эксплуатацию такие инструменты.

Далее пути менеджмента и контроля качества немного разошлись.

Управление качеством сконцентрировало своё внимание на контроле. Появились контрольные карты Шухарта, контрольные листы, диаграммы Парето и Исикавы.

Менеджмент же углубился в вопросы управления организацией со всех сторон, учитывая многие факторы, появились: классическая школа, школа человеческих отношений, количественная школа.

В 50-ых годах, основным деятелем качества становится Деминг, и разрабатывает концепцию, которая до сих пор считается основой управления качеством, это цикл PDCA – планируй, делай, проверяй, совершенствуй.

Она очень схожа с основными функциями менеджмента: планирование, организация, контроль, мотивация, управление людьми, коммуникации.

Единственный аспект, который не так подробно рассматривается в управлении качеством, это мотивация и коммуникации, хотя они имеют весомое значение в повышение эффективности производства.

Мотивация – процесс побуждения себя или других к достижению личных целей или целей организации. Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала.

Основная цель процесса мотивации – это получение наивысших результатов от использования имеющихся трудовых ресурсов. Это позволяет повысить общую результативность и прибыльность в деятельности предприятия [2].

И всё же, вернёмся к вопросу о схожести менеджмента с управлением качеством. Деминг и Джуран – активные деятели в области управления качеством, которые впервые заострили внимание на важности роли руководителя в деятельности организации.

Деминг сформировал 14 принципов управления, в которых обобщались как технологические требования, аксиомы, так и организационные проблемы менеджмента, которые очень схожи по содержанию с принципами Файоля. Термин «менеджмент» еще не был широко известным, но актуальность вопроса уже назревала.

В 60-ые года начинается активное сближение и слияние двух спецификаций. Появилась такая концепция, как TQM – система всеобщего менеджмента качества.

TQM – философия по управлению организацией, сфокусированная на качестве. Качество достигается за счет вовлечения всего персонала в деятельность по совершенствованию работы. Целью повышения качества является удовлетворение потребителей и получение выгоды всеми заинтересованными сторонами и обществом в целом.

В настоящее время, все крупные организации построенные на философии TQM, точнее на её основных принципах:

1) Ориентация на потребителя – именно потребитель устанавливает уровень, требования к качеству.

2) Вовлечение персонала – принцип совместной работы всех сотрудников организации по достижению целей. Персонал будет вовлечён только тогда, когда у сотрудников пропадет страх к изменениям, новшествам, когда появится доверие к руководству, и когда это руководство даёт право принятия решений для своих сотрудников.

3) Процессный подход – любая деятельность это процесс.

Здесь управление рассматривается как процесс, состоящий из суммы взаимосвязанных функций, которые в свою очередь также являются процессами.

4) Единство системы.

Организация – это множество взаимосвязанных подразделений, которые работают для достижения целей намеченных организацией. Для эффективной



работы предприятия, необходимо выстраивать правильную, адаптируемую на реальность структуру организации.

5) Стратегический и систематический подход.

Постоянное улучшение качества является эталоном в сфере управления. Его концепция заложена в PDCA цикле. Для достижения поставленных целей по улучшению качества необходимо проводить систематическую и постоянную работу по анализу и оптимизации процессов.

6) Принятие решений основанных на свидетельстве.

Прежде чем принять решение, необходимо оценить внутреннюю и внешнюю среды, при этом реальные её факторы, а не те которые мы хотим видеть, и не те, которые нам предоставили. Лишь личный анализ и измерения помогут точно сформировать общее представление реальности.

7) Коммуникации.

В 80-ых и до нашего времени появляется ещё одна концепция, которая больше укореняет взаимосвязь менеджмента и управления качеством. Данной концепцией является MBQ – менеджмент на основе качества [2, с. 102].

В активе менеджмента качества сегодня:

- международные стандарты ИСО Р серии 9000;
- международная система сертификации качества;
- международный состав сертифицированных аудиторов систем качества;
- разработанные и актуализированные системы аудита менеджмента;
- 81000 организаций мира, имеющих сертификаты на базе ИСО Р 9001 [3, с. 45].

Можно констатировать, что менеджмент качества – ведущий управляющий всех фирм.

Следующим шагом, является процесс сближения двух концепций: Управления по целям – МВО и Менеджмента на основе качества MBQ [3, с. 51].

На сегодняшний день, если организация не имеет представления о менеджменте качества, она может не рассчитывать на высокую конкурентоспособность, эффективность и результативность, а в дальнейшем, и на долгосрочную работу.

В данный момент, изучая оба предмета по образовательной программе, трудно не заметить их схожесть, то есть, спустя несколько десятков лет, можно сказать, что две этих специальности добавляют друг друга и взаимосочетаются на столько, что особых чётких границ разделения невозможно заметить. Отсюда, актуальной темой для изучения становится вопрос том, как можно увеличить качество работы с помощью менеджмента; как менеджмент влияет на качество работы?

Качество продукции и услуг – это результат работы каждого подразделения организации, которая взаимодействует, как одна система. Для достижения цели, каждый элемент этой системы должен вносить вклад и ценность в работу, за которую он несёт ответственность.

Факторы, влияющие на повышение качества производства – это освоение достижений научно-технического прогресса, научная организация труда,

рациональная система специализации и кооперирование производства, развитие инициативы и самостоятельности у сотрудников компании, структурная и организационная перестройка, совершенствование хозяйственного механизма, использование преимуществ разделения труда, совершенствование системы стимулирования и мотивации труда, мобильность компании.

Всеми этими вопросами занимается менеджер.

Менеджер – это профессиональный управляющий, прошедший специальную подготовку, и начинённый полномочиями в сфере принятия решений по определённому виду деятельности.

К менеджеру, в первую очередь, предъявляются требования высокого профессионализма и компетентности. В нём должны сочетаться такие качества, как высокая квалификация, технические и экономические знания, умение организовать себя, сотрудников и в целом производство, для выполнения поставленных целей.

Основной чертой деятельности менеджера является умение управлять людьми. При грамотном распределении обязанностей, функций, анализе, распределении информации, коммуникаций, можно достичь качественной работы предприятия, а также его увеличение.

Иными словами, для увеличения качества работы, необходим грамотный, глубоко профилированный менеджер.

Одним из способов увеличения качества работы служит налаживание коммуникаций (данный вопрос, в рамках управления качеством, не рассматривается).

Коммуникация – сложный процесс, состоящий из взаимозависимых шагов обмена информацией.

В середине прошлого века, активно применялись «Кружки контроля качества». Они позволяли налаживать общение между руководителем и подчинённым, без потери и искажения информации, а также обеспечивали позитивный и дружелюбный настрой внутри компании, что повышало производительность труда и его качество.

Также в менеджменте существует несколько методов, которые позволяют увеличить качество производительности производства.

1) Реинжиниринг.

Агрессивная политика по резким преобразованиям в компании, которые в корне меняют концепцию организации.

2) Реструктуризация предприятий и компаний.

3) Анализ данных.

4) Функционально-стоимостной анализ.

5) Управление персоналом.

6) Мозговой штурм.

Это оптимальный способ принятия быстрого, эффективного решения, который вовлекает в процесс работы весь коллектив, тем самым выполняя принцип вовлечённости [1, с. 17].

7) Бенчмаркинг.

Метод сравнения лучших практик и опыта других компаний. Здесь учитывается особенность продукции (услуг) организации с аналогичными процессами и продукцией (услугами) признанных лидеров рынка, направленный на определение возможностей для улучшения [3, с. 56].

Это далеко не полный перечень методов менеджмента, который может повысить уровень качества на производстве.

Самый оптимальный метод, это тот, который подходит именно вашей компании, именно в данный период времени, и именно при влиянии определённых факторов. То есть, необходимо выбирать модель поведения и методы, опираясь на реальность.

Необходимо учитывать человеческие факторы, именно от них зависть 70 процентов успеха компании [1, с. 17]. Для достижения цели, всегда требуется время, анализ рисков, информация и многое другое. Все эти аспекты, и все вопросы, которые являются камнем преткновения, решаются и рассматриваются в «менеджменте управления».

Благодаря синтезу менеджмента и управления качеством, в комплексе решаются многие вопросы, такие как управление конфликтами, значение мотивации, обеспечения бездефектного числа продукции, значимость управления персоналом и многое другое, без которых существование и конкурентоспособность были бы невозможны.

### **Список литературы**

1. Волкова, Е.А. Стратегическое планирование человеческих ресурсов / Е.А. Волкова // Социально-экономические проблемы развития регионов и муниципальных образований: материалы науч.-практ. конф. (28 янв. – 3 февр. 2002 г.). – Ульяновск: УлГТУ, 2003. – С. 15-18.

2. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2002.

3. Лапухов, В.В. Внутренняя структура органов управления / В.В. Лопухов // Экономический журнал. – 2002. – № 12. – с. 45-59.

УДК 658.56

## **КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ**

**Е.А. Волкова, к.э.н., доцент**

**Д.А. Санникова, студентка**

**Ульяновский государственный технический университет**

*Аннотация.* В статье рассматриваются ключевые аспекты контроля качества. Это означает, что контроль является одним из оперативных средств достижения определенных целей и главной управленческой функцией, позволяющей правильному применению средств, созданных человеком для производства качественной продукции.

**Ключевые слова:** *качество, контроль, продукция, организация, процесс.*

Качество товара – совокупность свойств товара, определяющая его пригодность для удовлетворения определенных потребностей в соответствии с его назначением. Все эти элементы определяют требования к качеству продукта, которые конкретно указываются на этапе проектирования в технических характеристиках продукта, в проектной документации, в технических условиях, предполагая качество сырья, конструктивные размеры и т.п.

Термин «качества» неоднократно обсуждался научными сообществами и практиками. Важную роль в формировании современного понимания качества сыграла Академия проблем качества Российской Федерации. В результате их деятельности сформировался принцип качества, определяющий порядок, социально-экономическую основу успешного роста человека и общества.

Главные элементы соответствия товара определяются техническими параметрами, которые называются качеством конструкции. Соответственно, из-за повышения качества конструкции ценность товара поднимется.

Рынок сбыта при наличии конкурирующих продуктов предоставляет компании выбор между несколькими вариантами стратегии и экономической тактики. Можно сосредоточиться на качестве проектирования, стремясь производить продукцию высокого качества, в то же время жертвуя небольшой частью собственного дохода, и спланировать массовое производство, невзирая на маленький доход, или можно принять решение о качестве устройства с низкой ценой.

Таким образом, все зависит от решения правления [3, С. 64].

Что из себя представляет управление? Управление – это круговой цикл: планирование – выполнение – проверка – действие.

Управление качеством в организации является одним из уровней описываемого цикла управления. То есть, это круг, который возлагается на группу первичной проверки и анализа продукта и является главным в управлении качеством.

Функция планирования, которая предполагает конструирование, – это использование стратегии и плана руководством предприятия при оценке и рассмотрении результатов исследований, показатель эффективности использования капитала, технического уровня компании, эффективности проверки, предварительная стоимость, ожидаемая реализация и др. и предусматривает определение степени качества продукта.

Функция выполнения воплощает план качества конструкции в готовом изделии. Он включает в себя планирование технологических операций, определение вида оборудования, а также средства работы и проверки.

Функция контроля осуществляется как на этапе изготовления изделия, так и путем определения фактических преимуществ изделия после его выхода на рынок. То есть, работоспособность продукта оправдывается реализацией.

Функция действия предполагает шаги по сбыту товара и соблюдение условий продажи продукта, предусмотренных планом, осуществление действий

по техническому содержанию, если проданные товары не соответствуют требованиям качества. Тем более, он содержит в себя сбор данных о качестве товара, продаваемого на рынке, определение средств для повышения качества.

Для правильного управления упомянутыми функциями планирования – исполнения – контроля – действия нужно, чтобы все службы и отделы компании, овладевшие методами управления и проверки, специальной технологией, а также статистическими методами.

Именно поэтому, можно говорить, что управление качеством на предприятии – это «такой вид руководящей деятельности, который обеспечивает планирование, организацию и сбыт товаров, обладающих достаточно большой степенью ценности и удовлетворяющих требования общества».

Признаки изделия делятся на количественные и качественные. Качественные особенности – это, например, соответствие продукта инновационным направлениям, дизайн, цвет и т.п.

Количественная особенность одного или нескольких свойств изделия, составляющих его качество, рассматриваемая применительно к определенным средствам его проектирования и использование, называется показателем качества продукта.

Необходимость проверки качества для получения информации по изделию управления содержится в ГОСТ 15467-79: «Управление качеством продукции – это процесс, осуществляемый при организации и использовании изделий, в целях определения, обеспечения и сохранении необходимого уровня качества» [1, С. 6].

Контроль товара состоит из двух этапов: прием данных о текущем состоянии товара (его количественных и качественных особенностях); сопоставление полученных данных с ранее установленными техническими условиям, т.е. получение вторичной информации. При несоответствии фактических данных техническим особенностям на проверяемом предмете проводится инспекционная деятельность с целью устранения выявленных несоответствий от технических условий.

Основные понятия и термины контроля установлены ГОСТом 16.504-81. Сложность проблемы качества требует совокупного подхода к организации отдела качества компании, в который желательно включать не только службу по проверки качества, но и отдел по организации всей работы в области обеспечения и изучения качества. а также поощрения.

Источником информации для изучения и проверки качества являются следующие виды деятельности:

1) Инспекционный контроль: регистрация информации о входящем контроле материала; перечень данных проверки готовой продукции; заметки промежуточной проверки.

2) Организация и технология: оформление информации технологической проверки; ежедневные записи о проведенном действии, учет данных управления устройством; статьи из сборников и др.

3) Доставка материалов и реализация продукции: проведение процесса складирования; Учет продаж продукции (данные о поступлении и оплате денежных средств, проверка сроков поставки) и др.

4) Управление и рабочий процесс: учет доходов; оформление возврата продукции; учет обслуживания клиентов, запись продаж.

5) Финансовые действия: сравнительная матрица счета и кредита; учет числа убытков; экономические расчеты и др.

Актуальный подход к управлению качеством обладает интересом на постоянное повышение трудовых процессов и результатов во всех отделах компании. Характерными чертами подхода являются ориентация начальника на проверку качества действий и предотвращение возможности отклонений, поручение ответственности за качество результата действий на исполнителей, а также активное применение человеческого фактора, процесс уникальной возможности рабочих и служащих, мотивация их работы. Основным пунктом управления качеством является полное исследование и оценка возникающих трудностей качества на всех стадиях проектирования, производства и использование изделия по принципу возникающего потока, то есть от последующего выполнения этого действия до предыдущего.

Управление качеством продукции является процесс, осуществляемый поэтапно, а именно:

1. Выработка порядка улучшения качества, включая разработку новых условий к качеству продукции и норм по обеспечению развития новых изделий с желаемыми особенностями.

2. Анализ соответствия характеристик реализуемой продукции условиям.

3. Принять нужные меры, чтобы воздействовать на действия организации ценности (качества) продукции в случаях, когда гарантировать согласие нет возможности.

4. Разработка применения продукции с целью улучшения качества продукции [5, С. 26].

Развитие управления качеством включает ключевые стороны деятельности в области качества и проводится с помощью исполнения функций менеджмента.

К ним относятся: планирование, организация, контроль, мотивация.

Различают стратегическое и операционное управление качеством. Оперативное управление качеством всегда связано со стратегическим управлением качеством.

Отсюда следует, что повышение качества продукции за счет эффективного управления качеством оказывает положительное влияние на многие другие области деятельности компании. Качество становится средством предоставления управленческих «рычагов» для повышения уровня эффективности компании в целом.

В оперативном управлении качеством продукции можно выявить несколько отклонений и, как следствие, принять несколько регулирующих мер.

В управлении качеством главное – не проверка, а исправная работа. Ключевые аспекты этого метода – направить все усилия на исключение самой возможности появления дефектов в процессе изготовления и сборки.

В зависимости от спецификаций конкретного предприятия для контроля качества используются различные меры и параметры. Если в одних организациях проверка происходит в течение всего производственного цикла, в других она влияет только на конечный результат. Независимо от того, на чем специализируется компания, для большинства из них общие методы технического контроля [4, С. 18].

Можно выделить следующие методы:

Визуальный контроль – это проверка изделий на отсутствие внешних дефектов.

Измерение размеров – этот метод позволяет определить, подходит ли предмет по размеру.

Мы также должны соблюдать технический контроль, который охватывает все этапы производства. Важно учитывать особенности техники, используемой при организации производственных мероприятий. Технический контроль подразумевает распределение функций между сотрудниками, а также наличие системы вознаграждения или ответственности за нарушение требований к качеству товаров.

Среди основных требований этого вида проверок – профилактика, точность, объективность, а также привлечение большого количества сотрудников и специалистов, осуществляющих технический контроль, и оптимальное распределение средств для его проведения. Для получения наиболее точных данных при контроле качества продукции необходимо иметь следующую информацию:

1. Показатели, которые говорят о качестве продукции (например, стандарты или другие параметры).

2. Результаты анализа рекламации.

3. Причины неисправностей и брака.

Неисправность или брак – это характеристика продукта, который был изготовлен с отклонением от стандартов качества. Брак бывает двух видов: исправимый и неисправимый. Если в первом случае продукт еще можно скорректировать под требования, то во втором нет шансов на реализацию. При вводе информации контроллерами ОТК важно вести учет возникновения таких неисправностей с помощью соответствующих действий.

Действия, связанные с контролем качества продукции, могут осуществляться различными органами. Это зависит от таких показателей, как степень важности товаров, степень их опасности для населения и окружающей среды, влияние производимой продукции на культурные и материальные ценности, а также объем потребления и т.д.

Если говорить о государственном уровне таких проверок, то контроль осуществляют следующие органы:

1. Органы, осуществляющие сертификацию товаров, работ, услуг, а также систем качества и производства.

2. Федеральная таможенная служба, а также Федеральная антимонопольная служба (ФАС России).

3. Федеральные арбитражные суды РФ, а также судебные органы.

4. Комиссии органов местного самоуправления.

Если же речь идет об отраслевом уровне, а также о ведомственном контроле качества, то право на проверку получают следующие органы:

1. Министры и их заместители.

2. Руководители и главные инженеры предприятия.

3. Отдел контроля качества в организации, в том числе бригады и контроллеры.

4. Исследовательские и измерительные лаборатории, а также подразделения (главного технолога, конструктора, механика, бухгалтера и т.д.).

5. Сотрудники, исполняющие обязанности в сфере производственных операций, которые были переведены на самоконтроль [6, С. 238].

У большинства компаний есть собственный отдел контроля продаж (ОТК). Его деятельность в основном касается контроля взаимодействия сотрудников и клиентов. Задача специалистов ОТК – своевременно выявить ошибки в работе менеджеров, а также принять необходимые меры по их устранению. Это может быть, как работа с каждым сотрудником, так и проведение семинаров.

Отдел контроля качества организации может определить частоту и тип ошибок, допускаемых сотрудниками, а также причины этих недостатков. В задачи специалистов ОТК также входит разработка мероприятий, направленных на повышение качества работы сотрудников с покупателями. В частности, от качества рабочих зависит производительная возможность хозяйственного элемента (цеха, отдела, участка, компании) [2, С. 165].

Проверка качества продукта начинается на всех стадиях производственного процесса, начиная с контроля качества применяемого материала и заканчивая установлением соответствия реализуемого изделия техническим свойствам и нормам не только во время исследований, но и в процессе использования, а для сложного оборудования – с предоставлением определенного гарантийного периода после внедрения оборудования в компанию клиента. Этот метод к проверке содержит испытание, как только будут готовы некоторые части изделия (в частности это актуально для сложных видов систем). Усиление контроля качества во многом связано с согласованием производства с конкретным потребителем.

Таким образом, контроль предназначен для обеспечения того, чтобы выполнение управленческих решений проверялось на всех уровнях управления, чтобы соответствовать установленным стандартам и условиям для экономической деятельности компании [7, С.68].

### ***Список литературы***

1. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения.



2. Волкова, Е.А. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе совершенствования качества рабочей силы / Е.А. Волкова, Е.В. Калининкова. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – 229 с.

3. Ескерова, З.А. Основные инструменты в арсенале статистических методов контроля качества продукции / З.А. Ескерова // Вестник КарГУ. – 2012. № 1. – С. 90-99.

4. Левкина, Е.В. Контроль качества продукции / Е.В. Левкина // Управление качеством. – 2013.

5. Назаренко, А.С. Система контроля качества: что это такое? / А.С. Назаренко, 2012.

6. Фейгенбаум, А. Контроль качества продукции: пер. с англ. / А. Фейгенбаум. – М.: Экономика, 2015.

7. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=607779>.

УДК 519.816

## МЕТОД ЭКСПЕРТНОГО ОЦЕНИВАНИЯ СВОЙСТВ ЛИЧНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РАБОТНИКА

**А.В. Ганичева, к.ф.-м.н., доцент**

**Тверская государственная сельскохозяйственная академия**

**А.В. Ганичев, доцент**

**Тверской государственный технический университет**

***Аннотация.** В статье для обоснования выбора на должность управленческого работника использован метод собственного вектора матрицы профессиональных качеств претендентов. Исследован вопрос оценки устойчивости принятого экспертного решения. Для этого построена система возможных состояний принятого решения. Для нее записана система уравнений Колмогорова, получено ее аналитическое решение. Показан метод определения порогового значения устойчивости решения о выборе претендента.*

***Ключевые слова:** качества специалиста, собственный вектор, устойчивость решения, вероятность, система уравнений Колмогорова, пороговое значение.*

Современное управление социально-экономическими системами предполагает использование математических методов и моделей. Для решения многих сложных, трудно формализуемых задач в системах организационного управления применяются методы экспертных оценок [1]. Одной из таких задач является назначение управленческих работников на должности с учетом психологических, деловых и профессиональных качества свойств личности претендентов. Организационные и психологические качества личности специалистов оцениваются специально подобранными квалифицированными экспертами (психологами, специалистами по управлению персоналом,

оценщиками и т.д.). От качеств управленческого работника во многом зависит успешность решения многих социально-экономических задач.

Рассмотрим решение сформулированной проблемы на следующем конкретном примере.

Для наглядности изложения метода, но не нарушая общности решения задачи, рассмотрим случай, когда на должность управленческого работника организации претендуют три специалиста. Примем обозначение: 1-ый специалист – А, 2-ой - В, 3-ий - С. Оценка личностных качеств претендентов осуществляется по совокупности трех показателей, особенно значимых для управленческого работника: компетентность в сфере деятельности организации, способность к руководящей работе и деловые навыки.

По результатам экспертизы перечисленные характеристики претендентов, оцененные по десятибалльной шкале, приведены в табл.1:

Таблица 1 – Управленческие качества претендентов

| Претенденты на должность | Компетентность в сфере деятельности организации | Способность к руководящей работе | Деловые навыки |
|--------------------------|---|----------------------------------|----------------|
| А                        | 9,1   | 6,4                              | 8,7            |
| В                        | 7,6   | 6,5                              | 7,1            |
| С                        | 7,2   | 7,1                              | 8,6            |

Оценка рейтинговых баллов для претендентов может осуществляться разными математическими методами. Применив к матрице профессиональных качеств претендентов метод собственных чисел и собственных векторов, получим следующие результаты. Первое место занял претендент А набравший 0,38 условных балла, второе место - претендент В, с 0,34 баллами, третье - претендент С – получивший 0,28 балла. Следует отметить, что сумма баллов составляет единицу. В результате описанной экспертной процедуры выбирается претендент А.

Возникает вопрос об устойчивости принятого экспертного решения (т.е. можно ли изменить данный результат оценки, и определить степень его правомерности). Предложим следующий новый метод решения обозначенной задачи.

Будем рассматривать специалистов А, В, С как систему с тремя возможными состояниями  $S_0, S_1, S_2$  для каждой характеристики личности претендентов  $K_i (i=1,2,3)$ . Если оценка качества специалиста при наличии потока воздействий не меняется, то считаем, что система находится в состоянии  $S_0$ . При увеличении значения оценки данной характеристики имеем состояние  $S_2$ , а при уменьшении –  $S_1$  (рис. 1):

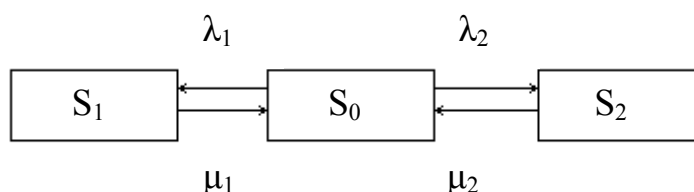


Рисунок 1 – Состояния системы

Кроме того, имеются потоки обратных воздействий, переводящие систему из состояний  $S_1$  и  $S_2$  в состояние  $S_0$ . Обозначим их, соответственно,  $\mu_1$  и  $\mu_2$ .

Будем считать, что плотности потоков  $\lambda_1$ ,  $\lambda_2$ ,  $\mu_1$  и  $\mu_2$  постоянными. Требуется определить вероятности состояний  $S_0$ ,  $S_1$  и  $S_2$ .

Для данного случая в стационарном режиме система уравнений Колмогорова запишется следующим образом:

$$\begin{aligned} P_0(\lambda_1 + \lambda_2) + \mu_1 P_1 + \mu_2 P_2 &= 0, \\ P_0 \lambda_1 - P_1 \mu_1 &= 0, \\ P_0 \lambda_2 - P_2 \mu_2 &= 0, \\ P_0 + P_1 + P_2 &= 1. \end{aligned} \quad (1)$$

Отсюда

$$P_0 = \frac{1}{1 + \frac{\lambda_1}{\mu_1} + \frac{\lambda_2}{\mu_2}}; \quad P_1 = \frac{\frac{\lambda_1}{\mu_1}}{1 + \frac{\lambda_1}{\mu_1} + \frac{\lambda_2}{\mu_2}}; \quad P_2 = \frac{\frac{\lambda_2}{\mu_2}}{1 + \frac{\lambda_1}{\mu_1} + \frac{\lambda_2}{\mu_2}}. \quad (2)$$

В качестве начальных вероятностей  $P_0$  для каждого из претендентов можно принять значение балла в собственном векторе матрицы приоритетов. Для устойчивости решения системы уравнений должно выполняться условие

$$P_0 + P_2 = \alpha, \quad (3)$$

где  $\alpha$  – неизвестное пороговое значение.

Условие (3) определяет устойчивость оценки качества данного претендента. Устойчивость рассматривается как сохранение данного уровня качества при его возможном увеличении. По условию задачи,  $0 < \alpha < 1$ . Из условия (3) следует, что

$$P_1 = 1 - \alpha. \quad (4)$$

Вероятность  $P_1$  свидетельствует о снижении уровня приобретенного качества. Из (2) находим

$$\begin{cases} P_1 = P_0 \cdot \frac{\lambda_1}{\mu_1}, \\ P_2 = P_0 \cdot \frac{\lambda_2}{\mu_2}. \end{cases} \quad (5)$$

Из (3) и (5) следует:

$$P_0 + P_0 \cdot \frac{\lambda_2}{\mu_2} = \alpha.$$

С учетом (4):

$$\begin{aligned} \frac{\lambda_2}{\mu_2} &= \frac{\alpha}{P_0} - 1, \\ \frac{\lambda_1}{\mu_1} &= \frac{1 - \alpha}{P_0}, \end{aligned}$$

Вычитая из первого соотношения второе, получаем уравнение:

$$\frac{\lambda_2}{\mu_2} - \frac{\lambda_1}{\mu_1} = \frac{2\alpha - 1}{P_0}.$$

Отсюда находим пороговое значение

$$\alpha = \left( \frac{\lambda_2}{\mu_2} - \frac{\lambda_1}{\mu_1} + 1 \right) \cdot \frac{P_0}{2} + \frac{1}{2}. \quad (6)$$

При  $\lambda_1 = \lambda_2$  и  $\mu_1 = \mu_2$ , имеем  $\alpha = \frac{P_0 + 1}{2}$ .

Рассмотренный метод может использоваться не только для формирования штатов организации, но и для распределения работников по операциям, мероприятиям, станкам в сложном производственном процессе.

### **Список литературы**

1. Ганичева А.В. Математические модели и методы оценки бизнеса, имущества, интеллектуальной собственности. – Тверь: ТГСХА, 2016. – 166 с.

УДК 332.025.13

## **МОНИТОРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

**Д.Н. Ганченко, к.э.н., доцент  
Новокузнецкий институт – филиал  
Кемеровского государственного университета**

***Аннотация.** В статье представлена авторская точка зрения на характеристики современного мониторинга как инструмента контроля, реализуемого органами власти. Изложен один из возможных вариантов научной классификации видов мониторинга, реализуемых применительно к сетевым взаимодействиям.*

***Ключевые слова:** мониторинг, контроль, государство, органы власти, сетевое взаимодействие.*

В современных экономических условиях органы власти заинтересованы в формировании и использовании превентивных механизмов регулирования практических всех процессов, создавая в большей степени формализованные механизмы управления, нежели реактивные (формируемые как реакция на событие или процесс). Это связано с основной задачей органов власти – максимальное сокращение государственных и муниципальных расходов. Одна из ключевых ролей в создании превентивных механизмов регулирования отдается технологиям мониторинга. Это послужило основанием для расширения не только географии сфер, попадающих под процедуры наблюдения и контроля, но и привело к появлению значимого многообразия

видов мониторинга, реализуемого как в отношении отдельных явлений и состояний, но и процессов функционирования, развития и взаимодействия субъектов хозяйствования.

Определению значимости и возможностей современного мониторинга как инструмента контроля будет способствовать исследование его специфических характеристик. В основу исследования положен понятийный аппарат теоретиков и практиков. Следуя принятому мнению в научных кругах мониторинг принято представлять как:

а) систему: непрерывного отслеживания развития различных явлений, событий, процессов [1]; сбора, регистрации, хранения и анализа ключевых параметров описания объекта [2];

б) процесс – наблюдения и регистрации данных об объекте в определенном(ых) отрезке(ах) времени, в течение которых значения данных существенно не изменяются; – наблюдение за состоянием окружающей среды с целью ее контроля, прогноза и охраны [3];

в) деятельность –организаций по контролю за исполнением обязательств по договорам (в отношении международных взаимодействий)[4];

г) методика и система наблюдений за состоянием определенного объекта или процесса, дающая возможность наблюдать их в развитии, оценивать, оперативно выявлять результаты воздействия различных внешних факторов [5].

Схожей точки зрения придерживается и законодатель, представляя различные виды мониторинга, через комплекс системных процедур по сбору, обобщению, анализу данных по подконтрольному объекту и/или явлению [6].

Представление мониторинга как инструмента для объективной оценки и контроля за состоянием любого явления, объекта или процесса породило появление многочисленных его разновидностей. Обобщённая классификация видов мониторинга, реализуемого государственными структурами в отношении сетевых взаимодействий, составленная на основе систематизации положений современного российского законодательства и практики реализации процедур мониторинга, представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Классификация видов государственного мониторинга в отношении сетевых взаимодействий

| Критерий классификации  | Значение признака | Характеристика  | Цель мониторинга   |
|-------------------------|-------------------|---|--|
| Характер взаимодействия | внутренний        | взаимодействие между отраслевыми и территориальными структурами органов власти; подразделяется на взаимоконтроль и самоанализ | координация деятельности системы органов власти  |
|                         | внешний           | взаимодействие с организациями и населением; подразделяется на государственный и социальный                                   | регулирование, контроль, координация социально-экономической системы государства, характера связей в ней |

| Критерий классификации          | Значение признака               | Характеристика   | Цель мониторинга   |
|---------------------------------|---------------------------------|--|--|
| Уровень сетевого взаимодействия | состояние сферы взаимодействия  | количественная характеристика уровня развития сферы, в которое реализуется взаимодействие  | определение участников и границ развития   |
|                                 | сетевая инфраструктура          | наблюдение данных для выполнение диагностических процедур при принятии решений о приоритетах развития  | определение потенциала и ограничителей развития  |
|                                 | процесс сетевого взаимодействия | характеристика взаимосвязей, взаимовлияния, уровней и этапов взаимодействия при реализации бизнес-процессов  | определение функциональности и результативности взаимодействия   |
| Функциональная направленность   | финансовый                      | - налоговый<br>- мониторинг качества финансового менеджмента<br>- финансовый и др.   | выявление фактического и потенциального объема финансовых ресурсов территории                              |
|                                 | производственный/деятельностный | - реализации молодежной политики<br>- статистический<br>- основных направлений образовательной деятельности<br>- закупок и аудит в сфере закупок и др. | определение результативности используемых механизмов управления взаимодействиями в определенной сфере      |
|                                 | экологический                   | - биологических рисков<br>- государственный экологический<br>- атмосферного воздуха и др.  | реализация функции контроля в сфере охраны окружающей среды  |
|                                 | безопасности                    | - пожарной опасности в лесах и лесных пожаров<br>- медицинский изделий<br>- эффективности и безопасности лекарственных препаратов и др.                | реализация функции контроля в области обеспечения национальной безопасности                                |
|                                 | территорий                      | - земель<br>- реализации региональных программ капитального ремонта<br>- карантинного фитосанитарного состояния территории<br>- водных объектов и др.  | контроль формирования и реализации стратегически важных взаимодействий на отдельных объектах и территориях |

| Критерий классификации | Значение признака       | Характеристика   | Цель мониторинга   |
|------------------------|-------------------------|--|--|
|                        | социально-экономический | - реализации документов стратегического планирования<br>- результатов рассмотрения обращения граждан и организаций и др. | контроль выполнения норм, положений и соблюдения приоритетов стратегического социально-экономического развития |

В ходе исследования было установлено наличие ряда недостатков при формировании и внедрении технологии государственного мониторинга в отношении сетевых взаимодействий:

- фрагментированность массива данных как о самой сфере, в которой реализуется сетевое взаимодействие, так и о процессе взаимодействия;
- недостаточная проработка институциональной составляющей реализации процедуры мониторинга;
- несовершенство регламентов взаимодействия (при их наличии);
- смещение целевого ориентира при формировании групп показателей оценки эффективности;
- наличие нескольких признаков учета.

Решение задачи по устранению данных недостатков мониторинга как инструмента государственного контроля сетевых взаимодействий видится в реализации следующих организационно-управленческих моментов:

- цифровизация внешних и внутренних функциональных процессов у органа власти (держателя данных) и поставщика данных;
- интеграция в массивные системы данных и их предметная дифференциация;
- организации единого информационно-цифрового пространства систем взаимодействия с участием органов власти;
- организация условий и инфраструктуры трансфера интегрированных данных по уровням/функционалу органов власти.

Таким образом, органы власти, реализуя представленный комплекс характеристик мониторинга, имеют возможность получить мощный инструмент информирования не только о фактическом состоянии отдельных элементов экономики в сетевом пространстве, но и их взаимосвязях, что позволяет более объективно и своевременно оценивать потенциал, риски и тенденции развития отношений практически в любых отраслях экономики. При наличии такого инструмента функция государственного контроля получает такие характеристики как адекватность, действенность, максимально точная целевая ориентированность на объект и его сопровождение, эффективность (максимальных эффект с минимальными издержками). Последнее позволит не только определить параметры и объекты для сокращения государственных расходов, но и реализовать их в полной мере.

### **Список литературы**

1. Мониторинг. Карта слов и выражений русского языка [Электронный ресурс]. – URL: <https://kartaslov.ru/карта-знаний/Мониторинг> (дата обращения: 29.05.2021 г.)
2. Мониторинг региональных систем профилактики [Электронный ресурс]. – URL: <https://fcprc.ru/wp-content/uploads/2020/11/pr5.pdf> (дата обращения: 30.05.2021 г.)
3. Большой энциклопедический словарь. [Электронный ресурс]. – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/201998> (дата обращения: 30.05.2021 г.)
4. Косов Ю.В., Торопыгин А.В. К вопросу о мониторинге интеграции // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. – 2013. – № 14.
5. Словарь бизнес терминов [Электронный ресурс]. – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/7942> (дата обращения: 31.05.2021 г.)
6. Постановление Правительства РФ от 19.08.2011 N 694 «Об утверждении методики осуществления мониторинга правоприменения в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_118528/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118528/) (дата обращения: 28.05.2021 г.)

УДК 681.3.068

## **ПАТТЕРН ИЗМЕНЕНИЯ ПОВЕДЕНИЯ КЛИЕНТА КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ВСТРАИВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В МЕТОДОЛОГИЮ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ**

**О.А. Герасименко, к.э.н., доцент**

**Белгородский государственный национальный исследовательский университет**

***Аннотация.** В статье обобщены основные научные концепции исследования изменения интенсивности движения человека (медицина, урбанистика, маркетинг, пространственная экономика). Выделены условия изменения паттерна поведения человека в пространстве, определены основные характеристики эволюционных периодов. Обобщены условия трансформации городского пространства как критерий изменения паттерна поведения клиента.*

***Ключевые слова:** паттерн поведения, интенсивность движения, конкурентное преимущество, стратегическое планирование.*

Традиционные методы выбора местоположения в концепции стратегического планирования бизнеса акцент делают на большой трафик передвижения клиентов, близость к центральным улицам и магистралям, зоны торговых бизнес-центров и активностей. При этом, часть объектов недвижимости открывается интуитивно, имея непродолжительный предпринимательский успех. Методологические аспекты активности человека и



клиента практически не рассматриваются в фундаментальных исследованиях. Современный человек в среднем в день совершает порядка 7 000 шагов (5 км), что по временным затратам составляет примерно 3-3,5 часа. Это время, которое мы с комфортом тратим на пешие прогулки, совершение покупок, получение услуг. Возрастных барьеров в активности нет, участниками являются дети раннего возраста до людей преклонного возраста. Единственным ограничением указывают противопоказания врачей к передвижению. Мотивами для активности в пространстве выступают эстетические потребности, занятия спортом, совершение покупок, коммуникации, трудовые процессы. В целом, изменился образ жизни человека XXI века, который готов ежедневно преодолевать достаточно большие расстояния. Именно данное обстоятельство может стать потенциальным конкурентным преимуществом компании при планировании открытия бизнеса. Научный акцент смещается в сторону изменения паттерна поведения клиента и побуждению его к активности в условиях городской агломерации. Для возможности в передвижении созданы благоприятные транспортно-инфраструктурные условия, авто- и велодорожки, прокат самокатов, услуги общественного транспорта и такси [1, С. 235].

В рамках данной статьи рассматриваются ключевые научные публикации, в которых авторы косвенно либо пытаются исследовать понятие пространственной активности клиента (медицинского, урбанистического, маркетингового направления, пространственной экономики). Со временем понимание и определение пространственной активности клиента не нашло методологического обоснования в научных междисциплинарных концепциях. При этом многочисленные теоретические попытки фрагментарного исследования отдельных компонентов не всегда выдерживали эмпирическую проверку (рисунок 1) [2, С. 210].

Активность движения обычного человека эволюционировала с доисторического периода до начала 21 века, чему способствовал ряд обстоятельств:

- благоустройство и развитие инфраструктуры и территориальных районов;
- изменение условий ведения социально-экономической и хозяйственной деятельности;
- появление транспортных и общественных условий для комфортного передвижения;
- смещение акцента ведения здорового образа жизни, сохранение здоровья, смена привычек (табл. 1).



Рисунок 1 – Фрагментарные научные представления понятия пространственная активность клиента

Таблица 1 – Условия изменения паттерна поведения человека в пространстве

| Период                                       | Характеристика условий пространственной активности   | Паттерн поведения                       |
|--|--|---|
| Доисторический период (2,5 млн. лет до н.э.) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• выживание в естественной среде обитания</li> <li>• ведение домашнего хозяйства</li> <li>• охота, рыболовство, собирательство</li> </ul>   | <i>естественное выживание</i>           |
| XVIII в.                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• занятие сельским хозяйством в натуральных условиях</li> <li>• отсутствие механических способов массового передвижения</li> </ul>  | <i>сельскохозяйственный образ жизни</i> |
| XIX в.                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• преобладание в структуре населения военных</li> <li>• участие в военных походах</li> </ul>  | <i>военная оборона</i>                  |
| 60-е гг. XX в.                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• создание условий для движения автомобильного транспорта</li> <li>• совершенствование территориальных инфраструктурных условий для активности, благоустройство пешеходных зон</li> </ul>                           | <i>стремление к автодвижению</i>        |
| XXI в.                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• активизация альтернатив передвижения (велосипеды), развитие социальной инфраструктуры</li> <li>• приспособление территории для пешего передвижения и общественной жизни</li> </ul>                                | <i>социальная ориентация</i>            |
| 2020-2030 гг. XXI в.                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• инициирование и реализация федеральных, национальных программ и проектов по развитию доступной среды</li> <li>• сочетание условий ведения здорового образа жизни и совершения покупки/получения услуги</li> </ul> | <i>доступная и комфортная близость</i>  |

Как же изменилось пространственная действительность, какие факторы способствуют тому, что клиент готов менять свое клиентское поведение в активности передвижения?

Городская среда и планировочные решения в пространственном благоустройстве влияют на поведение человека, а также на функционирование города. Города-колонии Римской империи имели строгую сетку улиц, форумы, общественные здания и казармы; такая формула соответствовала их военному назначению. Средневековые города с короткими пешеходными маршрутами, площадями и рынками соответствовали их функции центров торговли и ремесел. Преобразования Парижа бароном Османом после 1852 г., в частности широкие бульвары, задумывались в целях военного контроля населения, но стали основой «культуры бульваров»: променадов и кафе вдоль широких городских улиц.

Взаимосвязь между поощрением и поведением в полной мере проявилась в городах в XX в. Улучшение условий движения транспорта привело к тому,

что все доступное пространство трансформировалось под автомобильное передвижение. С 1995 по 2005 г. наблюдается рост велосипедного движения, которое увеличилось в два раза, а в 2008 г. - 37% горожан использовали для личных и рабочих передвижений велосипеда. Целью является значительное увеличение этого показателя в ближайшие годы. Мировые и национальные проекты имеют целью строительство велосипедной инфраструктуры и наращивание числа велосипедистов в городском пространстве [3, С. 250; 4,5].

### **Список литературы**

1. Герасименко О.А., Авилова Ж.Н., Ключевые бизнес-компетенции как экономическая категория / О.А. Герасименко, Ж.Н. Авилова // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2016. – № 6. – С. 273-277.
2. Тхориков Б.А. Ломовцева О.А., Герасименко О.А., Саблина О.М., Титова И.Н. Геомаркетинг – новый концепт или прикладной инструмент бизнеса? / Б.А. Тхориков, О.А. Ломовцева, О.А. Герасименко, О.М. Саблина, И.Н. Титова // Вестн. Томск. гос. ун-та. Экономика. – 2020. – № 49. – С.199-213.
3. Гейл Я. Города для людей. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 276 с.
4. Гейл Я. Жизнь среди зданий. – М., 2012.
5. Гейл Я., Сварре Б. Как изучать городскую жизнь. – М., 2016.

УДК 379.81

## **ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ**

**К.И. Герасимова, студентка**

**И.С. Большухина, к.э.н., доцент**

**Ульяновский филиал РАНХ и ГС при Президенте РФ**

*Аннотация.* Городские парки города Ульяновска в настоящее время находятся в стадии реорганизации, обновления, перехода на современные стандарты оказания услуг населению.

*Ключевые слова:* культурная политика, муниципальное автономное учреждение культуры.

Государственная культурная политика имеет несколько уровней реализации – общенациональный, региональный, муниципальный. На общенациональном уровне разрабатываются глобальные стратегические планы развития конкретной сферы, региональный и муниципальный уровни отражают планы развития отдельной территории, области или края, для которых мероприятия прописываются детально, с привязкой к местным возможностям и условиям.

Практическая реализация в полном объеме целей и задач, прописанных в государственном проекте «Культура», муниципальной Программе «Развитие

парков Ульяновска» обеспечат выполнение основных мероприятий, направленных на благоустройство, обеспечение безопасности, организацию досуговой деятельности. В муниципальном образовании «город Ульяновск» успешно реализуются все направления нацпроекта.

В соответствии с подразделом программы «Культурная среда» в Ульяновске проводится модернизация материальной базы учреждений культуры. Для реконструкции, переоснащения и ремонта зданий и оборудования в рамках проекта в 2021 году выделяется 129 млн рублей. Планируется закупить музыкальные инструменты для городских ДШИ, выделить средства на ремонт зданий, закупку современного светового, музыкального оборудования для Домов культуры.

Проект «Творческие люди» обозначил переход на современные методы организации культурного пространства, для которого потребуются значительное омоложение кадрового состава учреждений культуры. Привлечение молодых кадров является приоритетной задачей Программы.

Проект «Цифровая культура» призван обеспечить внедрение новейших технологий в культурную среду. Сегодня происходит перевод всего объема информационного блока в Интернет-сообщество, освещение работы учреждений культуры, работы кружков, секций и творческих объединений в социальных сетях, на сайтах городских средств массовой информации. Муниципальное образование город Ульяновск» провело виртуальную трансляцию нескольких десятков мероприятий на портале Культура.рф.

В реализации муниципальных проектов и целевых программ, направленных на развитие культуры, активно участвует Муниципальное автономное учреждение культуры «Дирекция парков Ульяновска». Смыслом создания Муниципального автономного учреждения культуры (МАУК) «Дирекция парков Ульяновска» являлась глобальная задача формирования единого паркового культурного пространства в муниципальном образовании «город Ульяновск» с целью создания условий для культурного отдыха горожан, развития творческой активности масс, укрепления здоровья горожан, обеспечения возможностей для сохранения и восстановления психологического и физического комфорта. Помимо этого, должна также обеспечиваться сохранность садово-парковой среды города на фоне дальнейшего совершенствования ландшафтной архитектуры Ульяновска.

Мероприятия, проводимые в рамках муниципального задания (таблица 1), могут иметь различную форму организации, проводятся в самостоятельно выбранный Учреждением календарный срок в течение года. В случае возникновения непредвиденной ситуации контрольные показатели могут корректироваться.

В целях снижения социальной напряженности, национального противостояния, большое внимание уделяется также укреплению и развитию межнациональных связей. МАУК «Дирекция парков Ульяновска» активно, в различной форме участвует в подготовке и проведении национальных дней культуры – татарского («Сабантуй») и чувашского («Акатуй»). На территории парка Владимирский сад несколько лет подряд представителями мордовской

диаспоры совместно с городской администрацией проводится «Шумбрат» – праздник мордовской культуры с участием городских, областных, региональных коллективов и исполнителей.

Таблица 1 – Муниципальное задание МАУК «Дирекция парков Ульяновска» на 2017-2021 гг.

| Год  | Кол-во мероприятий, ед. | Кол-во участников, чел. |
|------|-------------------------|-------------------------|
| 2017 | 112                     | 44 400                  |
| 2018 | 113                     | 44 486                  |
| 2019 | 114                     | 45 525                  |
| 2020 | 115                     | 34 731                  |
| 2021 | 114                     | 45800                   |

Реализация подпроекта «Творческие люди» выражается в многолетнем является кураторстве Учреждением городских фестивалей творчества «Летний Венец». «Зимний Венец». Списочный состав участников ежегодно пополняется новыми коллективами, индивидуальными исполнителями.

Традиционные массовые мероприятия – Фестиваль красок, День рождения парка «Владимирский сад», выпускные праздничные мероприятия городских ДШИ, фестиваль исполнителей на народных инструментах «Играй, гармонь». Большой популярностью среди горожан пользуется «День двора» – выездное мероприятие, организованное сотрудниками парка «Владимирский сад» по согласованию с активом общественных организаций города.

Парки активно участвуют в патриотическом воспитании подростков и молодежи: в парке «Владимирский сад» много лет организуются праздничные концертные программы ко Дню Победы, отмечаются День защитника Отечества, День Десантника.

Деятельность МАУК «Дирекция парков Ульяновска» характеризуется отдельными проблемными вопросами. Характерными многими муниципальным учреждениям в данной сфере:

Отсутствует принцип единоначалия для всех городских парков. Управление, благоустроительные работы, широкий комплекс услуг на территории парков находятся в ведении различных ведомств города Ульяновска с различным типом организации юридического лица. Данное обстоятельство создает серьезные препятствия для разработки единой Стратегии развития парков, развития современного высококласного комплекса услуг, реализации столь необходимых инвестиционных проектов.

2. Не хватает финансирования. Муниципальные власти выделяют средства из городского бюджета в первую очередь на мероприятия Муниципального задания, заработную плату, оплату. Вследствие этого у Дирекции парков нет средств на внедрение инновационных проектов, достойное облагораживание территории, поддержание выразительной эстетики, внешнего вида территории. По сути, нет возможности идти в ногу со временем, осуществлять преобразования, создавать современное, хорошо развитое городское культурное пространство (рисунок 1).

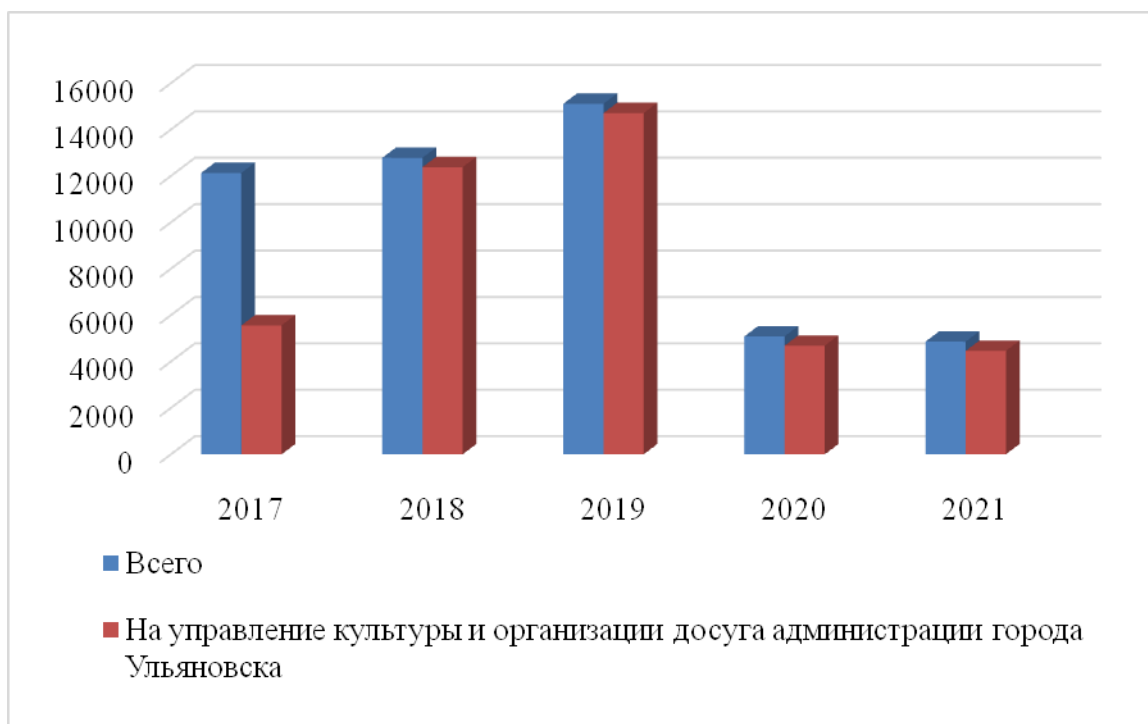


Рисунок 1 – Муниципальное финансирование программы «Развитие парков Ульяновска»

Особенно проблемным стал для культуры 2020 год, когда запланированное финансирование было практически прекращено, за исключением выделения средств на заработную плату и мизерное количество культурных мероприятий (организация и проведение городских праздничных мероприятий 9 мая, 24 июня).

3. В парках и скверах остро ощущается нехватка современной инфраструктуры, обеспечивающей посетителям парков и скверов полноценный отдых, удовлетворяющий запросы различных возрастных групп. Наблюдается фрагментарность присутствия пунктов общественного питания, киосков продажи сувенирной продукции, выделенных дорожек для велосипедистов и скейтбордистов, пунктов проката спортивного инвентаря, отсутствуют камеры хранения. Мало организовано площадок для подвижных спортивных игр.

4. Отдельная большая проблема – наличие /отсутствие аттракционов.

Парк «Семья» известен большим ассортиментом развлекательных аттракционов – стационарных и сезонных. Кроме детских площадок с аттракционами оборудовано поле для игры в мини-футбол, часть территории отдана под веревочный аттракцион. Площадка у центрального фонтана предоставлена сезонным точкам питания, аттракционам малых форм.

Комплекс стационарных аттракционов в парке «Владимирский сад» из-за сильной изношенности механизмов и невозможности произвести ремонт (запасные части в настоящее время либо не производятся, либо выпускаются за границей) в 2015 году были демонтированы. Средств на приобретение аттракционов иного типа не выделялись.

Отсутствие основной развлекательной составляющей центрального городского парка привело к оттоку посетителей, серьезно повлияло на

количественные показатели посещений. Парк утратил привлекательность в качестве места семейного отдыха и развлекательного центра, фактически перешел в статус природного экопарка, что существенно снизило возможность дополнительного заработка для учреждения.

5. Работников, имеющих специальное образование в сфере культуры – всего 7 человек, из общего числа сотрудников (17), имеющих специальное и высшее образование. Преобладание сотрудников старшего возраста характерно не только для данного учреждения культуры – аналогичная картина наблюдается в областных, региональных учреждениях культурной сферы.

Выявленные проблемы сложно решить одномоментно, за небольшой срок, однако новая целевая программа, рассчитанная на несколько лет, с четко прописанным финансовым обеспечением по каждому участнику программных мероприятий, сфокусированная на конкретных проблемах муниципальных парков, поможет развитию паркового хозяйства города Ульяновска, обеспечив достойным уровнем культурного отдыха горожан и гостей города.

В части проработки системы дополнительного многоканального финансирования парков в качестве возможного решения может выступить создание Попечительского совета парков с привлечением к работе в нем представителей предприятий, организаций города, бизнеса различного уровня. Развитие меценатства, благотворительности, организация лотерей с передачей выручки на развитие муниципального паркового хозяйства поможет сократить дефицит финансов в учреждениях культуры.

Муниципальные источники финансирования на текущее содержание парков необходимо сохранить по разделам: благоустройство; оплата коммунальных услуг; мероприятия по охране территории; средства на приобретение механизированных транспортных средств/ аттракционов различного типа; подготовка и проведение социально направленных программ (детям, молодежи, пожилым гражданам).

Средства из бюджета выделяются на выполнение муниципального задания, однако паркам необходимы социально-культурные заказы городской администрации, районов города. Доход от заказов позволит не зависеть целиком и полностью от муниципального бюджета, использовать выручку для нужд парков, однако для подобных преобразований потребуется серьезная организационная работа. От руководства учреждения требуется активизировать работу по поиску деловых партнеров, способных оказывать реальную финансовую помощь.

Мировой опыт организации паркового пространства демонстрирует все большую популярность тематических парков – специально спроектированное пространство, оформление которого посвящено одной/ нескольким темам. Объединяющая составляющая – идея, тема, обстановка (организация природных заповедников, использование территории для распространения среди граждан образовательных, культурно-воспитательных программ, развлекательных центров, и т.д.). Парки Ульяновска частично представляют собой подобие тематических парков, однако разделение носит хаотичный, мало организованный характер.



Территории парков «Владимирский сад», «Семья» имеют различные ландшафты, степень оснащённости, место расположения на карте города. Данные парки, входящие в состав МАУК «Дирекция парков Ульяновска» при соответствующем переоборудовании, организации рекреационного зонирования вполне можно развивать как тематические. В настоящее время создан план перепланировки и переоснащения парка «Семья», с учетом исключительно удобного расположения в непосредственной близости от городских объектов культуры и образования (ДШИ №3, ДК УАЗ, детско-юношеский центр №3, СОШ №37, гимназия №33), внутри густонаселенного района.

Привлечению большого количества посетителей может способствовать организация в парках современных молодежных спортивных площадок для занятий скалолазанием, скейтбордингом, катания на роликовых коньках, малого паркура, проведение на территории парков показательных спортивных мероприятий с участием известных спортсменов, организации выставок народных ремесел, и др. [1].

Парки «Семья» и «Владимирский сад» обладают хорошими возможностями для организации культурных мероприятий самого разного уровня. Важно отметить, что для успешной деятельности подобного рода руководству и всем отделам Дирекции парков следует наладить деловые связи с управлением образования, министерством спорта, городскими музеями, клубными формированиями, учреждениями дополнительного образования, другими творческими организациями города, – иными словами, создать комфортную культурную среду в муниципальном образовании «город Ульяновск» [2].

Эффективная деятельность, удовлетворение растущих культурных запросов населения возможна только при наличии в штате высокообразованных специалистов, владеющих современными компьютерными технологиями, основами педагогики и психологии, стремящихся к постоянному повышению квалификации. Для привлечения квалифицированных кадров учреждение на сегодняшний день не обладает конкурентоспособными возможностями, сфера культуры остается малопривлекательной для молодых специалистов. Несмотря на некоторые подвижки в комплектовании штата за последние годы, молодежь возраста до 30 лет с высшим образованием лидирует среди общего числа уволившихся.

Решение проблемы комплектования штата находится в компетенции руководства учреждения. Реалии современного мира все чаще демонстрируют возникновение различных непредвиденных ситуаций как глобального, так и местного характера. Действительность такова, что алгоритм поведения в условиях нестандартных ситуаций необходимо прорабатывать в каждом рабочем коллективе, на каждом рабочем месте. Ухудшение эпидемиологической обстановки в начале 2020 года обнаружило неготовность общества к осуществлению жизнедеятельности в условиях массовых запретов и ограничений. Осуществление всех видов деятельности было перенесено в дистанционный режим.

Предпринятые меры поставили отрасль культуры в сложное положение. Отсутствие практики работы в подобных условиях, моральная неподготовленность, неопределенность в дальнейшем развитии ситуации, на начальном этапе дестабилизировала работу отрасли, повлекла за собой настоятельную необходимость поиска иных возможностей для осуществления непрерывной деятельности учреждений и организаций культурного профиля.

Переход в дистанционный режим выявил большие проблемы с организацией работы, так как потребовал от учреждений не только достаточной технической оснащенности, но и уверенного владения современной аппаратурой. Отсюда следует, что первостепенное внимание руководителю учреждения культуры следует уделить повышению технической грамотности сотрудников, техническому переоснащению, модернизации.

Парки культуры можно считать одной из самых пострадавших отраслей культурной сферы – в условиях введения строгой изоляции культурно-массовая работа на территориях городских парков прекратилась. Однако при послаблении ограничительных мер именно в парках оказалась возможным возобновить культурную деятельность на открытых площадках с соблюдением необходимой социальной дистанции, предельным разграничением позиций «зритель – выступающий».

Опыт 2020 года по организации работы в особых условиях не до конца изучен, однако первые итоги очевидны:

1. Дистанционная деятельность требует хорошей технической оснащенности учреждений культуры.

2. Проведение мероприятий в режиме онлайн нуждается в серьезной методической подготовке.

3. Необходимо создавать привлекательные имиджевые программы для проведения прямых трансляций.

Следует подготовить план мероприятий, использующий все возможности работы в дистанционном режиме (беседы-интервью с известными личностями в режиме онлайн, цикл лекций об истории парка с использованием наглядного материала, выставки картин воспитанников художественных отделений ДШИ, тематические беседы, обучающие материалы, и т.д.)

Итоговую методику по осуществлению культурной политики для городских парков культуры в условиях полного запрета/ограничения культурно-массовой работы необходимо оформить в виде популярной брошюры, содержание довести до сведения сотрудников учреждения.

Выработанные предложения в рамках реализации культурной политики в МАУК направлены на привлечение внимания к деятельности городских парков со стороны руководства города и широкой общественности, повышение привлекательности парковых территорий. Кроме того, предлагаемые мероприятия призваны существенно улучшить репутацию и популярность дистанционного общения с аудиторией, в том числе посредством посещения сайта «Владимирский сад» от Дирекции парков Ульяновска [3].

### **Список литературы**

1. Кувакина, М.В. Современные технологии в жизни инновационного городского парка / М.В. Кувакина, Д.В. Чадова // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2019. – № 12 (40). – С. 281-291.
2. Электронные карты, новые аттракционы и фотозоны. Какими станут ульяновские парки через несколько лет? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ulmeria.ru/ru/news/20180719/92357> (дата обращения 25.04.2021).
3. Центральный городской парк отдыха «Владимирский сад» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vladsad73.ru>.

УДК 339.138

## **МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА СОКОВ**

**М.П. Глушкова, студентка**

**Т.В. Достова, студентка**

**М.М. Гогина, студентка**

**Науч. рук-ль – к.э.н., доцент С.Н. Прядко**

**Белгородский государственный национальный исследовательский университет**

***Аннотация:** В статье представлены результаты маркетингового исследования рынка соков. Исследование проводилось в виде онлайн-опроса в марте 2021 года. В результате были сформированы выводы и рекомендации для производителей данного рынка.*

***Ключевые слова:** маркетинговое исследование, рынок соков, онлайн-опрос, поведение потребителей.*

Маркетинговые исследования являются важным направлением деятельности современных компаний. Информация, полученная в ходе маркетинговых исследований, позволяет разрабатывать стратегию компании, корректировать маркетинговые политики, принимать более обоснованные управленческие решения.

В статье представлены результаты маркетингового исследования рынка соков. Исследование проводилось в виде онлайн-опроса при помощи сервиса GoogleForm [1].

В исследовании приняли участие 102 респондента. Выборка исследования была сформирована при помощи онлайн калькулятора [2].

Исследование было проведено в виде простого бесповторного отбора в марте 2021 года.

Анализ вторичной информации о рынке показал, что в 2019 году рынок оценивался в 4,6 млрд условных банок. По данным ФТС России, расчёты Центра экономики рынков: объем рынка соков и напитков из фруктов и овощей

в 2019 году достиг 4,6 млрд условных банок, из них 31% приходится на сегмент соков из фруктов и овощей для взрослых [3].

С целью уточнения параметров регионального рынка нами был проведен опрос потребителей сока города Белгорода.

Исследование показало, что 95,1% респондентов покупают соки (рис.1).

Покупаете ли Вы соки?

102 ответа

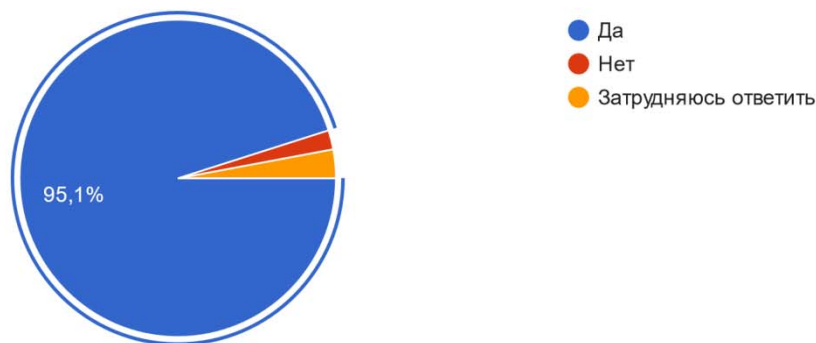


Рисунок 1 – Исследование потребителей

Анализ предпочтения покупателей показал, что наиболее популярным является фруктовый сок (51%), затем идет ягодный (43,1%), после овощной (21,6%), на последнем месте смешанный сок (18,6%) (рис.2).

Какой сок Вы предпочитаете?

102 ответа

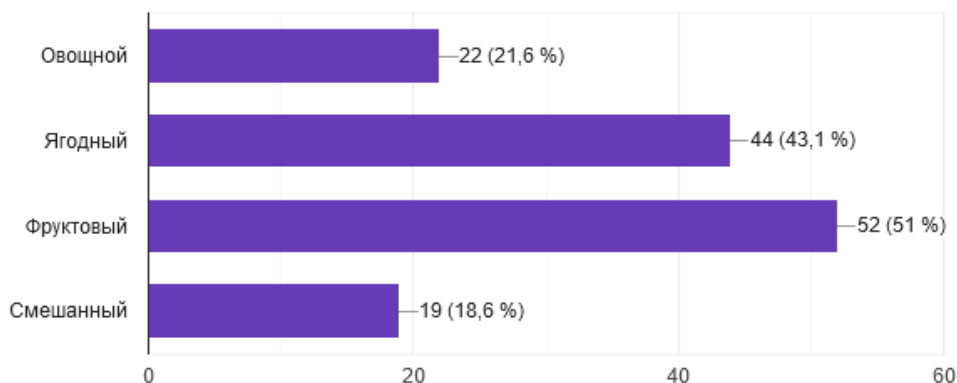


Рисунок 2 – Предпочтения потребителей сока

Результаты исследования показали, что большим спросом на рынке пользуются такие фирмы соков, как «Добрый» (54,9%), «Любимый» (46,1%), «Фруто-няня» (32,4%). Меньше всего предпочитают «J7» (13,7%) и «Моя семья» (23,5%).

### Какую фирму соков Вы предпочитаете?

102 ответа

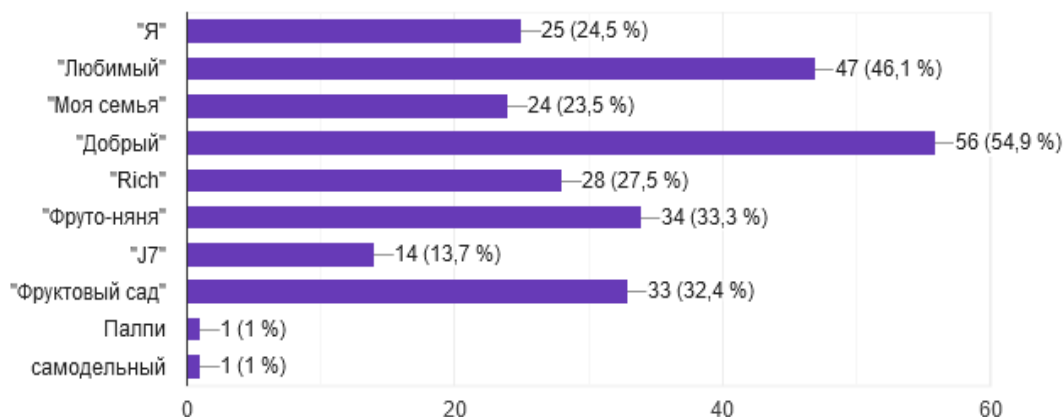


Рисунок 3 – Предпочтения выбора фирмы сока

Анализ предпочтения покупателей показал, что чаще всего потребители покупают соки 1-3 раза в месяц (34,3%), другие же совершают покупку один раз в неделю (27,5%), чаще одного раза в неделю (23,5%), по праздникам (13,7%). Анализ предпочтения также показал, что меньше всего потребителей соки не покупают (Рис.4).

### Как часто Вы покупаете сок?

102 ответа

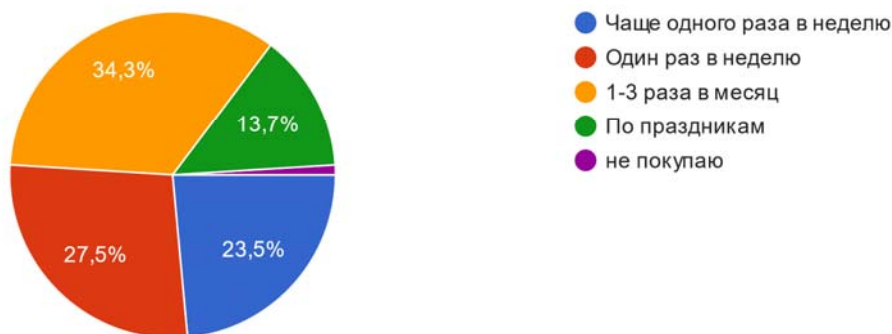


Рисунок 4 – Анализ покупки сока

Результаты исследования показали, что большинство потребителей смотрят на цену при покупке сока (72,3%), остальные же не делают этого

(18,8%) или затрудняются ответить на этот вопрос (8,9%).

Смотрите ли Вы на цену при покупке сока?

101&nbsp;ответ

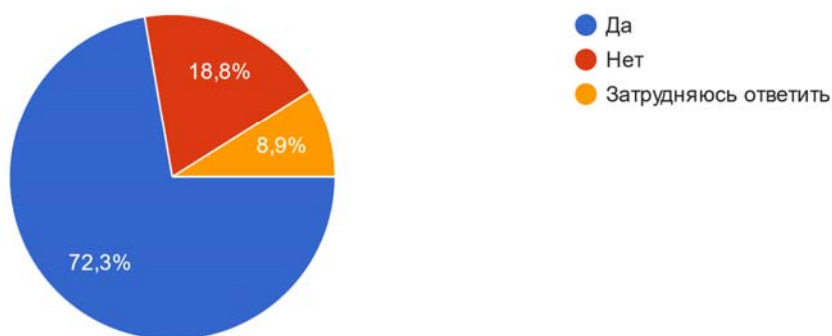


Рисунок 5 – Ценовая категория соков

Вывод: Исследование показало, что 95,1% респондентов покупают соки. Наиболее популярным являются фруктовый и ягодный соки. Больше всего предпочитают соки фирмы «Добрый», меньше всего предпочитают «J7». По итогам опроса видно, что чаще всего потребители покупают соки 1-3 раза в месяц и перед покупкой товара смотрят на цену.

#### **Список литературы**

1. Официальный сайт GoogleForm [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.google.com/forms>.
2. Официальный сайт Socioline [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socioline.ru/rv.php>.
3. Центр экономики рынков. Анализ рынка соков и сокосодержащих напитков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/>

УДК 33

## **ДИВЕРСИФИКАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА РА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**С.А. Даллакян, к.э.н., научный сотрудник  
Институт экономики им. М. Котаняна Национальная  
Академия Наук, Республика Армения, г. Ереван**

*Аннотация.* Диверсификация экономики – одно из наиболее эффективных направлений поддержки в процессе экономического развития. В статье представлены возможности диверсификации экономики РА в контексте инновационной экономики, основанной на знаниях. В целях оценки инновационного потенциала РА, Глобального инновационного индекса (ГИИ). Анализ показывает, что в РА отсутствует связь наука- экономика, в

*результате чего и сгенерированные инновационные, научные и инженерные способности не коммерциализируются эффективно для того, чтобы войти в экономику, и в целях перспективного развития инновационной экономики РА, основанной на знаниях, надо, чтобы были сделаны заметные шаги именно по этой части.*

**Ключевые слова:** *экономическая диверсификация, производственная и технологическая диверсификация, глобальный инновационный индекс (ГИИ), экономика основанная на знаниях, коммерциализация.*

В настоящее время диверсификация – это курс государственной политики, направленной на преодоление зависимости экономики страны или региона от узкого круга видов экономической деятельности и создание более сбалансированной производственной структуры с точки зрения возможных источников доходов, занятости, а также циклических и рыночных рисков [1, С. 55]. Можно утверждать, что на современном этапе диверсификация экономики приобретает всё большую актуальность и становится одной из приоритетных стратегических задач развития армянской экономики. Сегодня, когда весь мир находится в экономическом кризисе из-за пандемии, а Армения, помимо негативных последствий пандемии, пережила еще войну, необходимо определить возможности для экономической диверсификации и принять необходимые меры, шаги по его реализации. Всем ясно, что за коронавирусом последует глубокий финансово-экономический кризис, который будет иметь не локальный, а глобальный характер, он затронет все социально-экономические сферы [2, С. 436]. Диверсифицированная региональная экономика представляет собой всесторонне развитое, относительно устойчивое к экономическим кризисам многоотраслевое хозяйство. Одновременно понимается, что диверсификация экономики региона – это весьма сложный долговременный процесс, требующий для своего осуществления использования значительных объемов ресурсов.

Следовательно, возникают проблемы с экономической целесообразностью, установлением направлений и оценкой последствий диверсификации экономики. Диверсификация экономики - один из наиболее эффективных способов поддержки экономического развития. Политика диверсификации, которая отражает формирование доходов страны из различных источников, предлагает широкий спектр возможностей с точки зрения эффективности и прибыльности экономического развития. В этом контексте следует отметить, что Сингапур, испытывающий нехватку природных ресурсов – большого количества земли – считается одним из современных промышленных центров с диверсифицированной экономикой, торговля между предприятиями продолжает играть свою роль в развитии его экономики [3, С.177].

Хотя чаще всего дискурс диверсификации ассоциируется с развивающимися странами и отстающими регионами, экономика которых опирается на сырьевые товары, необходимость диверсификации признается и в странах – мировых экономических лидерах. Государственные программы

NewManufacturing (США), Industry-4 (Германия) подразумевают возвращение обрабатывающего производства (на новой технологической базе) и создание новых отраслей промышленности, осуществление новой индустриализации. В связи с этим наибольший интерес вызывают те направления структурной трансформации экономики, которые связаны с инновационным развитием, т.е. ростом отраслей и производств, основанных на знаниях и инновациях [4, С.54]. Известные научные представления о факторах диверсификации в значительной мере связаны с инновационной деятельностью. Согласно С.Н. Растворцевой (2018), «уход от траектории предшествующего развития возможен через технологические инновации, которые ответственны за возникновение новой экономики» [5, С. 635]. Изучению влияния степени диверсификации экономики на инновационную активность (на материалах обрабатывающих производств) посвящена работа И.В. Гребенкина (2018), где сформулирован вывод о наличии связи, определяющей позитивное воздействие диверсификации на инновации в промышленности [6, С. 600-611].

Современный этап развития мировой экономики и экономики Армении характеризуется усилением конкуренции и возрастающим влиянием инновационной деятельности на темпы экономического роста. Основой происходящих изменений является инновационная деятельность, ускорение темпов инвестирования в знания (нематериальные активы) государством и частным сектором и их коммерциализация. В настоящее время для Армении, в послевоенной ситуации и присутствии КОВИД-19, более чем необходимо иметь *наукоемкую и инновационную экономику*, иначе, в ближайшие годы, мы можем столкнуться с разрушительными проблемами. Политика инновационной экономики играет ключевую роль в развивающихся странах, например в странах с рыночной экономикой, где инновации оказывают огромное влияние на разработку стратегий и планов, а также на такие социальные вопросы, как здравоохранение, бедность и безработица. Наукоемкая экономика образуется в результате преобразования в диверсифицированную экономику, основанную на производстве высокотехнологичных продуктов. Наукоемкая экономика ориентирована не на потребление в больших масштабах природных ресурсов, а на более широкое применение. Она отличается потреблением в больших масштабах новых научных знаний, изобретений, открытий, новых прогрессивных технологий. Инновационная экономика часто характеризуется рядом глобальных индексов: глобальный индекс инноваций – ГИИ (GII) и индекс глобальной конкурентоспособности – ИГК (GCI). Эволюционный подход экономики подчеркивает роль продолжительного развития экономической системы в постоянном динамическом процессе адаптации хозяйствующих субъектов. Экономические и технологические экосистемы никогда не бывают в сбалансированном состоянии, напротив, они постоянно находятся в состоянии активного «творческого разрушения», в результате которого создается экономическая ценность. Инновация – это постоянный процесс поиска решений комплексных проблем, основанный на продолжительном обучении и накоплении знаний [7]. Именно с такой логикой основана ГИИ, которая, как



соотношение расходов и результатов, позволяет объективно оценивать эффективность усилий, направленных к развитию инновации в той или иной стране (табл. 1).

Таблица 1 – Глобальный инновационный индекс Армении 2018-2020 гг.

| Наименование показателя   | 2018         |         | 2019         |         | 2020         |         |
|---|--------------|---------|--------------|---------|--------------|---------|
|   | Балл (0-100) | Позиция | Балл (0-100) | Позиция | Балл (0-100) | Позиция |
| Глобальный индекс инноваций (ГИИ)   | 32.81        | 68      | 33.98        | 64      | 32.64        | 61      |
| Субиндекс 1. Располагаемые ресурсы и условия для инновационного исследования ( <i>Innovation Input</i> ). | 24.7         | 94      | 82.91        | 85      | 39.13        | 83      |
| • Институты   | 60.8         | 67      | 63.2         | 64      | 64.3         | 64      |
| • Человеческий капитал и исследования   | 15.2         | 110     | 16.7         | 107     | 20.5         | 94      |
| • Инфраструктуры  | 36.5         | 93      | 40.2         | 85      | 34.4         | 90      |
| • Совершенствование рынка   | 43.5         | 81      | 50.1         | 55      | 49.6         | 68      |
| • Совершенствование бизнеса   | 26.1         | 88      | 26.3         | 89      | 24.6         | 69      |
| Субиндекс 2. Достигнутые практические результаты осуществления инноваций ( <i>Innovation Output</i> )     | 34.1         | 50      | 47.50        | 50      | 27.15        | 47      |
| • Развитие знаний и технологии  | 23.2         | 62      | 25.0         | 54      | 28.5         | 45      |
| • Развитие креативной деятельности  | 35.0         | 48      | 32.2         | 48      | 25.8         | 56      |

Очевидно из таблицы 1, что с 2019 года ГИИ улучшается. В 2018 году Армения занимала 68-е место, в 2019-2020 годах соответственно 64-е и 61-е место. Это не случайно, так как улучшение позиций также наблюдалось во 2-ом (*Innovation Input*.) и 3-ем (*Innovation Output*)) субиндексах подсчетах с 85 до 83 и 50 до 45 соответственно.

В настоящее время РА является членом ЕАЭС, сотрудничество с государствами-членами этого союза невозможно без инновационного прогресса, поэтому мы изучаем позиции стран ЕАЭС по ГИИ и на рисунке 1 представлены позиции страны региона ЕАЭС за 2019-2020 годах.

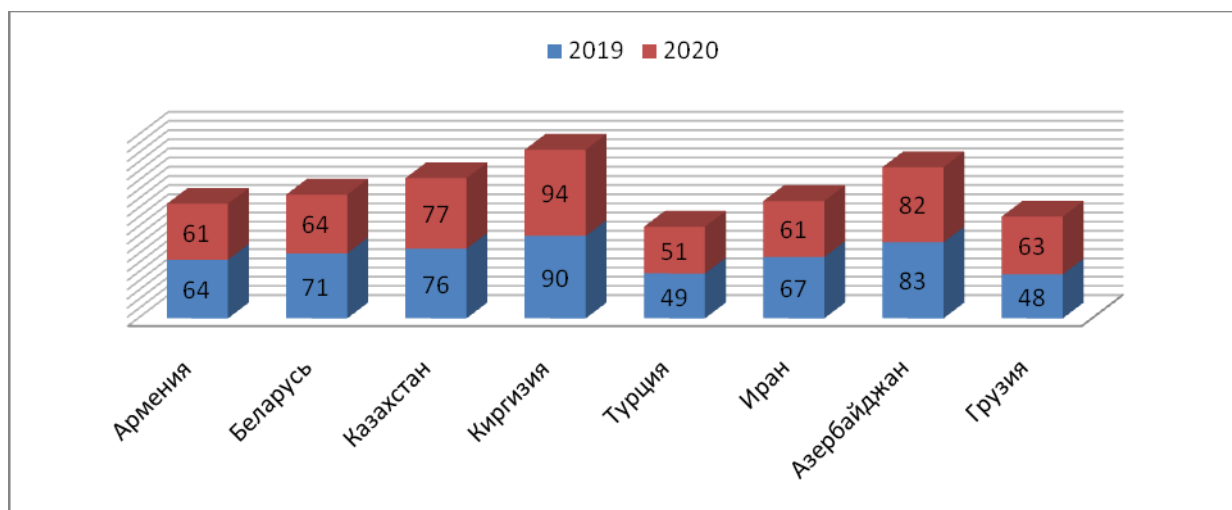


Рисунок 1 – Позиции государств членов ЕАЭС и страны-соседи Армении в рейтинге Глобального индекса инноваций за 2019-2020 гг.

Очевидно из рисунка 1, что 2020 г. в странах ЕАЭС по ГИИ Армения уступает только России, а в соседних странах - только Турции. Это еще раз доказывает, что у Армении есть большой потенциал для диверсификации своей экономики в контексте инноваций, чтобы достичь повышением уровня научно-технического потенциала и развитием наукоемких отраслей.

На основании выполненного анализа мы выявили ряд препятствий, которые являются *основными проблемами* инновационной экономики в РА:

- низкая коммерциализация научно-исследовательской работы, несмотря на наличие конкурентных научно-исследовательских работ в отдельных областях;
- отсутствие взаимосвязанной цепи образования-наука-экономика (особенно с точки зрения передачи знаний и коммерциализации);
- отсутствует согласованность между спросом и предложением рабочей силы в сфере высоких технологий и ИКТ.

Любая повестка преобразования высокотехнологичной и инновационной экономики должна решать вышеуказанные проблемы с учетом степени их сложности. Линейное мышление подразумевает непосредственное решение каждой проблемы, но необходимо предпринять инновационный и эффективный революционный подход, который подразумевает переход от линейных двухсторонних отношений к многосторонним сетевым взаимоотношениям, который может использовать рычаги, способствующие ускорению изменений. Все это требует формирования нелинейных подходов, отражающих сущность инновационной экономики.

### ***Список литературы***

1. Кравченко Н.А., Агеева С.Д., Диверсификация экономики: институциональные аспекты // JOURNAL OF INSTITUTIONAL STUDIES (Журнал институциональных исследований). – 2017. – Том 9, № 4.

2. Harutyuntan V.L. ECONOMIC MIRACLES: WAYS OF IMPLEMENTING BEST PRACTICES IN ARMENIA (The Contemporary Issues of Socioeconomic Development in the Republic of Armenia-Vol. 1), Institute of Economics of NAS RA YEREVAN – 2020, p. 436.

3. Sargsyan L.N. ECONOMIC MIRACLES: WAYS OF IMPLEMENTING BEST PRACTICES IN ARMENIA (The Contemporary Issues of Socioeconomic Development in the Republic of Armenia-Vol. 1), Institute of Economics of NAS RA YEREVAN – 2020, p. 177.

4. Растворцева С.Н. Теоретические аспекты возможности ухода экономики региона от траектории предшествующего развития // Журнал экономической теории. – 2018. – Т. 15. – № 4. – С. 633.

5. Гребенкин И.В. Влияние уровня диверсификации на инновационную активность в обрабатывающей промышленности // Экономика региона. – 2018. – Т. 14. – Вып. 2. – С. 600-611.

6. Багриновский К.А., Бендиков М.А., Хрусталеv Е.Ю. Механизмы технологического развития экономики России: Макроимезоэкономические аспекты. – М.: Наука, 2003.

УДК 331.108

## **ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА: ВЛИЯНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ**

**Ж.В. Доможилкина, к.э.н., доцент**

**С.С. Чернигина, студентка**

**Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского**

*Аннотация.* В статье рассмотрен процесс оценки персонала с учётом требований профессиональных стандартов. Выделена важность качественной работы с персоналом в условиях современной экономической ситуации. Особое внимание уделено преимуществам использования стандартов - как для работника, так и для компании. Приведены данные по количеству профессиональных стандартов в областях профессиональной деятельности. Описан положительный эффект от использования профстандартов в процессе оценки персонала.

**Ключевые слова:** управление персоналом, оценка персонала, профессиональный стандарт, сертификация.

Управление персоналом – важнейшее направление работы каждой организации. В настоящее время человек – наиболее ценный ресурс, способный влиять на конкурентоспособность предприятия, в силу своих индивидуальных качеств, умений и навыков. Другие ресурсы доступны для всех и порой не отличаются набором характеристик.

В связи с этим, важность формирования качественного кадрового состава выходит на первый план. В этом процессе важно каждому этапу уделять особое

внимание – от подбора до проведения аттестации, ведь они составляют целостную систему.

Говоря о проверке «качества» человеческих ресурсов, необходимо особое внимание уделить оценке персонала. Оценка персонала – это процесс выявления характеристик сотрудников, направленный на помощь руководителю организации в принятии управленческих решений по повышению эффективности работы персонала, как целостной системы, в которой значим каждый сотрудник [1].

Оценка персонала – один из эффективных инструментов управления персоналом, она позволяет провести диагностику персонала, определить ценность сотрудников не только для подразделения, но и для всей организации, обоснованно принимать управленческие решения, особенно связанные со стратегическими задачами организации.

Оценка персонала – очень ответственный этап, от которого зависит последующая судьба отдельного работника и компании в целом. Нельзя не сказать о том, что он весьма сложный и регламентированный.

Упростить систему оценки позволяет её стандартизация, ведь в стандартах фиксируются все квалификационные требования к работникам. Профессиональный стандарт – важный документ, содержащий расширенную информацию о функциональных и должностных обязанностях. Это, своего рода, характеристика квалификации, необходимой для осуществления какой-либо профессиональной деятельности, в частности, выполнения определенной трудовой функции [2].

Профессиональные стандарты типизируют процессы обучения и аттестации работников. Отдельно необходимо отметить важность использования типовых документов при оценке персонала. Использование профессиональных стандартов можно считать эффективным инструментом при оценке персонала, ведь разработка профессиональных стандартов позволяет:

- зафиксировать трудовые функции и действия работников – их уровень и требования к ним;

- чётко распределить ответственность между разными квалификационными уровнями специалистов;

- создать базу для качественного совершенствования системы подготовки, оценки и сертификации квалификаций персонала [2].

На основе требований профессиональных стандартов формируется система сертификации персонала, основной целью которой является создание условий для обеспечения экономики квалифицированными работниками, способными стать кадровой основой предприятий.

Сертификация положительно влияет на процессы работы компании, на процесс оценки, в том числе. Для работника система сертификации важна тем, что способствует:

- 1) подтверждению уровня квалификации и профессионального уровня, документально фиксирует их;

- 2) позволяет выявить пути для дальнейшего обучения и профессионального роста;

- 3) лёгкому трудоустройству и продвижению по карьерной лестнице. Как следствие, влияет на рост заработной платы;
- 4) повышению уровня уверенности в собственных возможностях;
- 5) изменению отношения к обладателю сертификата – получению признания и уважения [3].

С другой стороны, системы сертификации персонала создаются для содействия работы кадровых служб. Это делается с целью обеспечения необходимого уровня образования и профессиональной подготовки персонала, ведь потенциал сотрудника должен раскрываться в процессе работы и использоваться в полной мере.

Таким образом, сертификация персонала неразрывно связана с процессом его оценки, ведь она способствует определению соответствия требованиям и уровня профессионализма работника.

В настоящее время действует более 1 000 профессиональных стандартов в более чем 30 областях профессиональной деятельности [2]. К тому же быстро разрабатываются и утверждаются новые профессиональные стандарты для работников разных сфер деятельности.

Однако, данная система продолжает развиваться, и наряду с профессиональными стандартами действуют квалификационные справочники, например: Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих, Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих.

Подводя итоги, отметим положительный эффект использования профессиональных стандартов. Во-первых, в профессиональных стандартах качественно описываются требования к деятельности специалиста, необходимость владения теми или иными знаниями, умениями и навыками.

Во-вторых, фиксируется назначение льгот (их размер зависит от соответствия уровня квалификации работника требуемому в стандартах).

В-третьих, исключается повторение трудовых функций по должностям.

Кроме того, устанавливаются качественные критерии для оценки персонала, которые позволяют контролировать профессионализм работников, повышать качество, эффективность и безопасность работы.

Также решаются проблемы кадрового дефицита, уровень и направление образования подстраиваются под требования рынка труда. И, наконец, унифицируются трудовые функции.

Таким образом, стандартизация в системе управления персоналом позволяет перевести привычные процессы (адаптация, аттестация, отбор и подбор) на качественно новый уровень. Профессиональные стандарты упрощают систему оценки, так как предоставляют информационную и документационную базу для неё.

В современном, стремительно развивающемся обществе, невозможно успеть за всеми нововведениями, если не упрощать процессы, тем более, если это касается трудовой деятельности.

Человеческие ресурсы в современности сопоставимы с такими ценными ресурсами, как материальные, финансовые ресурсы, которые нужно уметь

целесообразно распределять. Однако не стоит забывать, что специфика человеческих ресурсов состоит в том, что люди наделены интеллектом, способны к постоянному совершенствованию. Соответственно, таким ресурсом управлять сложнее: необходимо не только учитывать, что работник сам выбирает вид деятельности и ставит перед собой её цели, но и уметь рационально направить его работу – путем использования стандартов.

Оценка работы персонала должна проводиться гибко и «безболезненно» для каждого сотрудника, тогда персонал будет разделять цели компании и работать на её благо.

### **Список литературы**

1. Зубков, Ю.П. Основы стандартизации, метрологии и сертификации / Ю.П. Зубков, Ю.Н. Берновский, А.Г. Зекунов и др.; под ред. В.М. Мишина. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 447 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=1176874> (дата обращения: 25.04.2021).

2. Крылова, Г.Д. Основы стандартизации, сертификации, метрологии: учебник / Г.Д. Крылова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 671 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=1144333> (дата обращения: 25.04.2021).

3. Хруцкий, В.Е. Оценка персонала. Сбалансированная система показателей: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В.Е. Хруцкий, Р.А. Толмачев, Р.В. Хруцкий. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 208 с. – URL: <http://biblio-online.ru/bcode/437424> (дата обращения: 25.04.2021)

УДК 339.138

## **РЕГИОНАЛЬНОЕ МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ВИДЕОКАРТ**

**Е.А. Дорошенко, студент**

**Науч. рук-ль – к.э.н., доцент С.Н. Прядко**

**Белгородский государственный национальный исследовательский  
университет**

***Аннотация.** В статье представлены результаты маркетингового исследования регионального рынка видеокарт. Исследование проводилось в виде онлайн опроса в марте 2021 г. В результате были сформулированы выводы и рекомендации для производителей данного рынка.*

***Ключевые слова:** маркетинговое исследование, рынок видеокарт, онлайн опрос поведение потребителей.*

Маркетинговые исследования являются важным направлением деятельности современных компаний. Информация полученная в ходе маркетинговых исследований позволяет: разрабатывать стратегию компаний,

корректировать маркетинговую политику, принимать более обоснованные управленческие решения.

В статье представлены результаты маркетингового исследования рынка видеокарт. Исследование проводилось в виде онлайн опроса при помощи сервиса Google форм [1].

В исследование приняли участие 96 респондентов.

Выборка исследования была сформирована при помощи онлайн калькулятора [2].

Исследование было проведено в виде простого бесповторного отбора в марте 2021 г.

Результаты исследования.

Вторичный источник информации [3].

Анализ вторичной информации о рынке видеокарт показал что, рынок видеокарт находится в упадке в связи с дефицитом товара на самом рынке, что произошло из-за выросшей цены на криптовалюты, в особенности на BitCoin.

С целью уточнения параметров регионального рынка мной был проведен опрос обладателей видеокарт. Исследование показало что, 90% респондентов используют ПК[Рис №1], 63.6% пользуются ПК от 2 до 6 часов в сутки[Рис №2], 44.8% используют ПК для работы[Рис №3], 56.3% респондентам в своей деятельности нужна видеокарта[Рис №4], 51% респондентов удовлетворяет их видеокарта[Рис №5], 57.3% респондентов не могут оценить рынок видеокарт.

Пользуетесь ли вы компьютером?

96 ответов

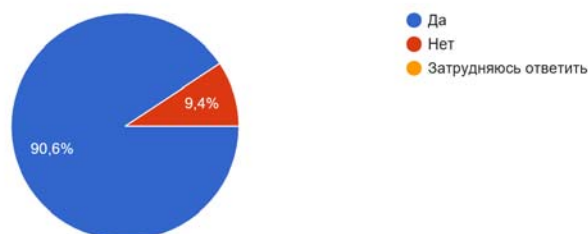


Рисунок 1 – Вопрос о пользовании компьютером

Если пользуетесь, то сколько времени в день вы проводите за компьютером?

96 ответов

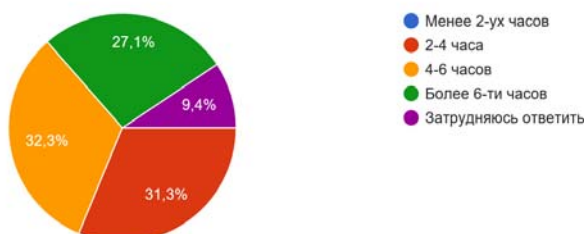


Рисунок 2 – Вопрос о времени проведенном за компьютером

Если вы пользуетесь компьютером, то с какой целью?

96 ответов

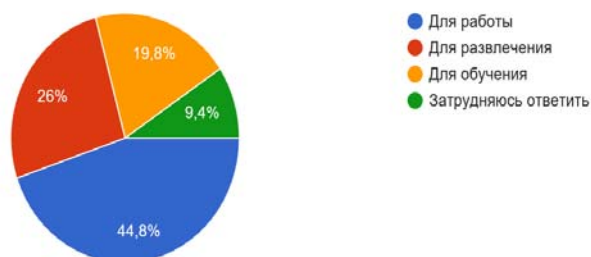


Рисунок 3 – Вопрос о цели пользования компьютером

Для вашей деятельности нужна ли вам видеокарты?

96 ответов

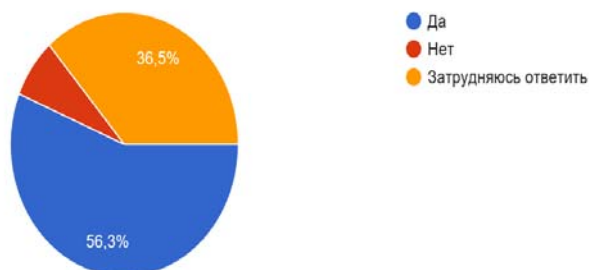


Рисунок 4 – Вопрос о надобности видеокарты в деятельности опрашиваемого

Удовлетворяет ли вас ваша видеокарта

96 ответов

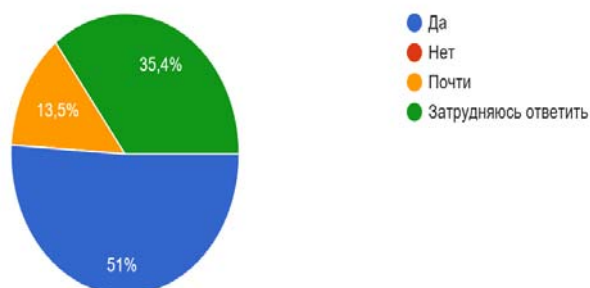


Рисунок 5 – Вопрос о удовлетворенности товаром



Считаете ли вы рынок видеокарт достаточно развитым для современного общества?

96 ответов

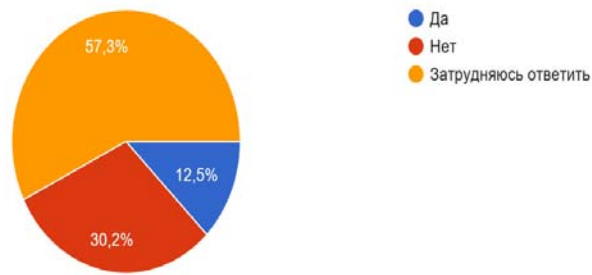


Рисунок 6 – Вопрос о рынке развитости рынка видеокарт

При выборе видеокарты на что вы ориентировались

96 ответов

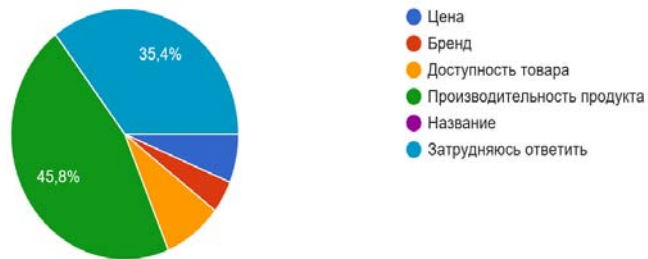


Рисунок 7 – Вопрос ориентации при выборе

Ваш пол?

96 ответов

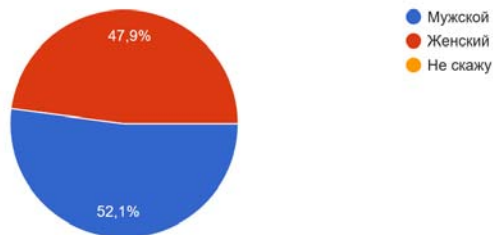


Рисунок 8 – Пол

Ваш возраст.

96 ответов

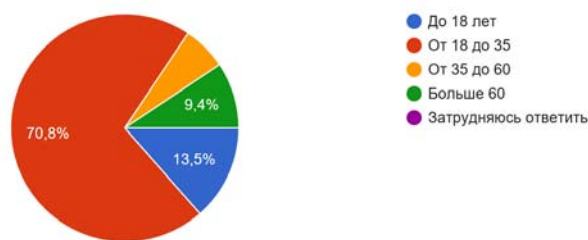


Рисунок 9 – Возраст

Ваш доход.

96 ответов

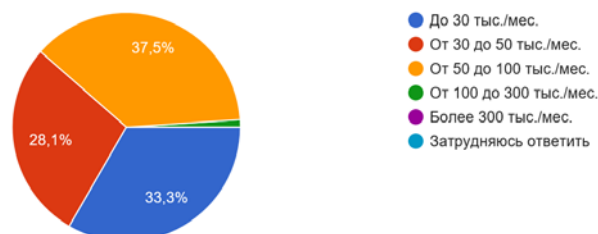


Рисунок 10 – Доход

### ***Список литературы***

1. Официальный сайт Google форм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/>.
2. Официальный сайт онлайн калькулятора выборки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bma.ru/kalkulyator-vyborki/?lang=ru>.
3. <https://vc.ru/marketing/200593-marketingovyuy-analiz-rynka-videokart-2020-2021-v-ukraine-keys-povysheniya-pribyli-ot-pricer24-i-telemart-ua>.

УДК 339.138

## **МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ГЛАЗИРОВАННЫХ СЫРКОВ**

**К. Забугина, студентка**

**Д. Палагина, студентка**

**Науч. рук-ль – к.э.н., доцент С.Н. Прядко**

**Белгородский государственный национальный исследовательский  
университет**

*Аннотация. В статье представлены результаты маркетингового исследования регионального рынка глазированных сырков. Исследование*

проводилось в виде онлайн опроса в марте 2021 г. В результате были сформированы выводы и рекомендации для производителей данного рынка.

**Ключевые слова:** маркетинговое исследование, рынок глазированных сырков, онлайн опрос, поведение потребителей.

Маркетинговые исследования являются важным направлением деятельности современных компаний. Информация, полученная в ходе маркетинговых исследований, позволяет разрабатывать стратегию компании, корректировать маркетинговые политики, принимать более обоснованные управленческие решения

В статье представлены результаты маркетингового исследования рынка глазированных сырков. Исследование проводилось в виде онлайн опроса с помощью сервиса GoogleForma [1].

В исследовании приняли участие 96 респондентов. Выборка исследования была сформирована при помощи онлайн калькулятора [2].

Исследование было проведено в виде простого бесповторного отбора респондентов в марте 2021 года.

**Результаты исследования:** анализ вторичной информации о рынке показал, что в 2018 году объем рынка оценивается в 45-50 тыс. т.

С целью уточнения параметров регионального рынка нами был проведен опрос потребителей глазированных сырков города Белгорода. Исследование показало, что:

1. Большинство (45.8%) респондентов покупают кисломолочную продукцию несколько раз в неделю. Количество респондентов, которые покупают кисломолочные продукты несколько раз в месяц (20.8%) немного больше тех, кто покупает эту продукцию раз в день (15.6%). Меньшая часть (8.3%) респондентов затруднились с ответом (рис. 1).

Как часто Вы покупаете кисломолочные продукты?  
96&nbsp;ответов

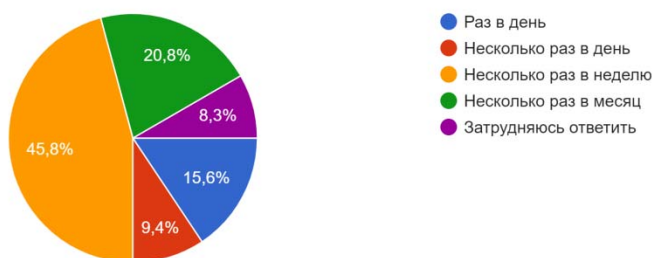


Рисунок 1 – Частота покупки кисломолочных продуктов

2. 78.1% потребителей кисломолочной продукции покупают глазированные сырки. 16,7% опрошенных не покупают глазированные сырки вообще, а 5.2% затруднились с ответом (рис. 2).

Покупаете ли Вы глазированные сырки?  
96&nbsp;ответов

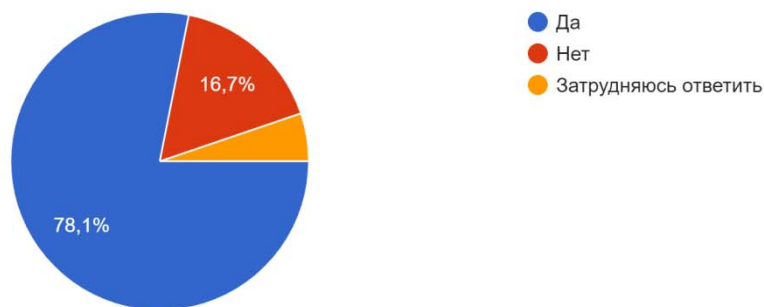


Рисунок 2 – Популярность сырков среди населения г. Белгорода

3. 66,7 % опрошенных покупают глазированные сырки, потому что любят их, меньшая часть опрошенных покупают глазированные сырки, потому что они вкусные, а 16,7% респондентов не покупают сырки (рис. 3).

Почему Вы покупаете глазированные сырки?  
96&nbsp;ответов

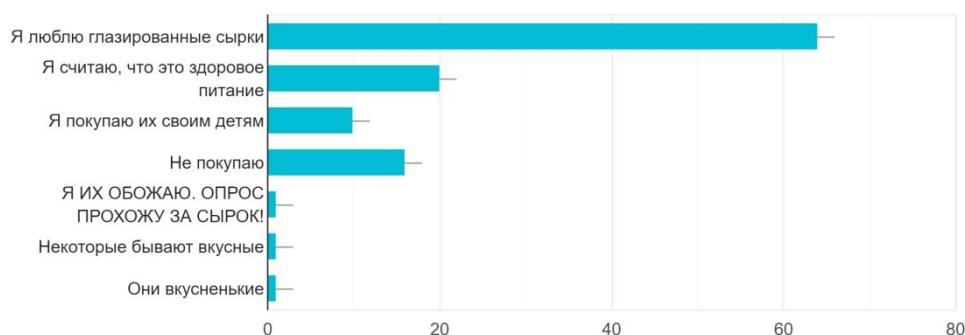


Рисунок 3 – Причины покупки глазированных сырков

4. В основном продукцию покупают, если случайно встречаются в магазине, 27,1% опрошенных идут в магазин целенаправленно за глазированными сырками. Не малая часть покупают данную продукцию, если встречаются в магазине по пути куда-нибудь (рис. 4).

Укажите, пожалуйста, при каких обстоятельствах Вы чаще всего приобретаете данную продукцию?  
96&nbsp;ответов



Рисунок 4 – Обстоятельства, при которой совершается покупка глазированных сырков

5. Основными критериями при выборе глазированных сырков являются цена, состав, качество. Рекомендации знакомых/друзей заняли четвертую позицию по значимости при покупке глазированного сырка(40,6) (рис. 5).

Какой фактор влияет на Ваш выбор глазированного сырка?  
96&nbsp;ответов

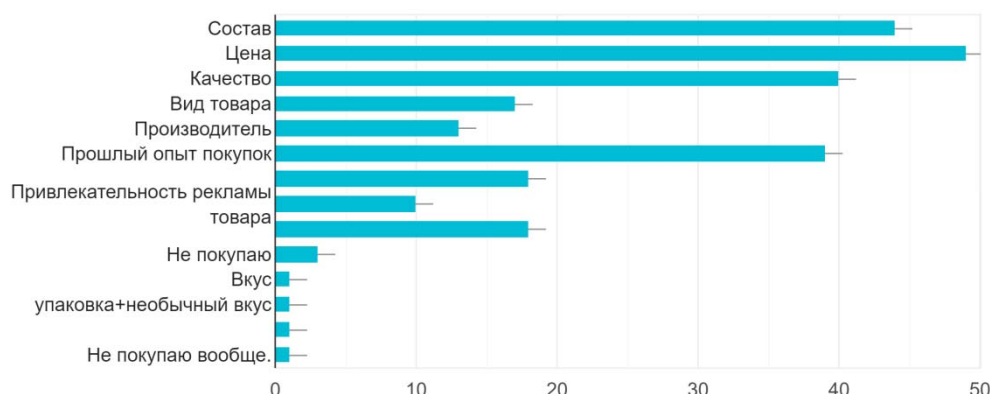


Рисунок 5 – Критерии, влияющие на покупку глазированного сырка

6. Приемлемой ценой для данной продукции потребители считают 15-35 рублей. Количество респондентов, которые выбрали приемлемой цену до 15 рублей составляет 16,7%. 20,8% опрошенных считают, что приемлемой ценой для глазированных сырков является 35 рублей и более (рис. 6).

Какую цену Вы считаете приемлемой для данной продукции?

96&nbsp;ответов

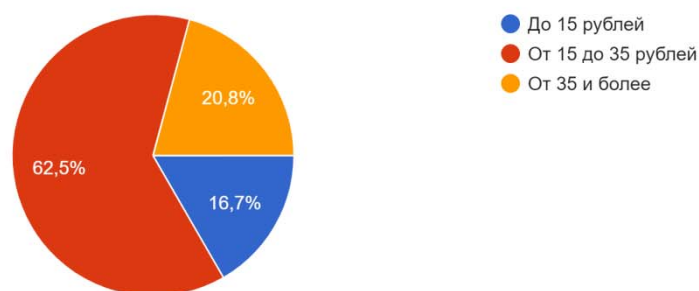


Рисунок 6 – Цена, приемлемая для сырков, по мнению респондентов

7. В опросе в большинстве своем принимали участие студенты г. Белгорода (66,7%). Также, в опросе приняли участие школьники (3,1%), взрослые (25%) и пенсионеры (5,2%) (рис. 7).

К какой категории населения Вы относитесь

96&nbsp;ответов

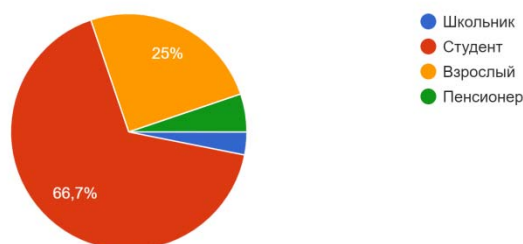


Рисунок 7 – Категории населения, участвующие в опросе

Таким образом, исследование показало, что глазированные сырки достаточно популярны (78,1%) среди опрошенных. Наиболее приемлемой ценой для глазированных сырков является от 15 до 35, а основные факторы, которые учитываются при покупке сырка – это цена, состав и качество. Что касается причин покупки сырков, выделяется главная из них – любовь к глазированным сыркам.

### ***Список литературы***

1. Официальный сайт GoogleForma [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.ru/intl/ru/forms/about/>.
2. Официальный сайт Socioline.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socioline.ru/rv.php>.
3. Официальный сайт Newsroskachestvo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/roskachestvo-proverit-glazirovannye-syrki/>.

## ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ЗАКУПОК

Д.А. Завьялова, преподаватель  
Омский автотранспортный колледж

*Аннотация.* В статье представлен анализ преимуществ и недостатков внедрения контрактных процедур в системе закупок, рассмотрены принципы ее функционирования. Проведено сравнение законодательной базы в сфере закупок.

*Ключевые слова:* контрактная система, закупочная деятельность

Принятие федеральных законов № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» и № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» в 2011, 2013 годах соответственно было вызвано необходимостью закрепления процедур осуществления закупочной деятельности.

Их отличие заключается в том, что ФЗ № 44-ФЗ регламентирует процесс осуществления закупок государственными и муниципальными учреждениями, а ФЗ № 223-ФЗ – регулирует отношения в сфере закупок как государственных, так и негосударственных компаний в отраслях естественных монополий.

Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» устанавливает порядок осуществления закупок, начиная с процесса планирования и заканчивая контрольными мероприятиями по результатам проведения. Каждый этап процедуры осуществления закупки (определение поставщика, заключение, исполнение и расторжение контрактов), характеризуется подробным описанием. Кроме того, рассмотрен порядок подачи жалобы на действия (бездействие) заказчика.

Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» содержит требования к конкурентным закупкам, информационное обеспечение и порядок осуществления контроля закупочной деятельности. Следует отметить, что анализ судебной практики показывает относительно низкую эффективность ФЗ № 223-ФЗ в сравнении с ФЗ № 44-ФЗ, в связи с тем, что «требования к процедурным моментам, планированию закупочной деятельности, результатам исполнения договоров» отсутствуют, «не описана сама процедура закупки» [1].

Одновременно с этим следует отметить, что указанные федеральные законы предусматривают обязательное соблюдение принципов осуществления закупок: ФЗ № 44-ФЗ содержит 6 принципов, ФЗ № 223-ФЗ – 4. Сравнительный анализ принципов осуществления закупок, регламентированных федеральными законами, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ принципов осуществления закупок, регламентированных федеральными законами № 44-ФЗ и № 223-ФЗ

| ФЗ № 44-ФЗ [3]   | ФЗ № 223-ФЗ [2]  |
|--|--|
| 1. открытости и прозрачности (свободный и безвозмездный доступ к информации)   | 1. информационной открытости   |
| 2. обеспечения конкуренции (создание равных условий)   | 2. равноправия, справедливости, отсутствия дискриминации и необоснованных ограничений конкуренции по отношению к участникам закупки<br><br>3. отсутствие ограничения допуска к участию в закупке путем установления неизмеряемых требований к участникам закупки |
| 3. профессионализма заказчика (привлечение квалифицированных специалистов)   |  |
| 4. стимулирования инноваций (приоритет закупок инновационной и высокотехнологичной продукции)  |  |
| 5. единства контрактной системы в сфере закупок (основывается на единых принципах и подходах)  |  |
| 6. ответственности за результативность обеспечения закупок (необходимость достижения заданных результатов, персональная ответственность) | 4. целевое и экономически эффективное расходование денежных средств на приобретение товаров, работ, услуг; реализация мер, направленных на сокращение издержек заказчика   |

По результатам анализа установлено, что ФЗ № 44-ФЗ в отличие от ФЗ № 223-ФЗ предусматривает при осуществлении закупок государственными и муниципальными учреждениями наличие квалифицированных специалистов, ориентацию на приобретение инновационной и высокотехнологичной продукции, а также единый подход к организации закупок.

На основе изучения законодательной базы, закрепляющей основы функционирования конкурентной системы, можно сделать вывод, что основным достоинством является четкая направленность на создание равных условий между участниками закупок благодаря соблюдению принципов обеспечения конкуренции, открытости и прозрачности. Вместе с тем, ориентация на соблюдение принципа профессионализма делает необходимым обеспечение процесса закупок квалифицированными кадрами.

К достоинствам также можно отнести стимулирование внедрения инноваций и высоких технологий во всех сферах жизнедеятельности.

На практике осуществление конкурентных процедур сопровождается рядом проблем. Так, например, снижение цены контракта по результатам конкурентных процедур в некоторых случаях сказывается на качестве оказываемых услуг/выполняемых работ/поставляемых товаров. Кроме того, «одна из российских проблем, снижающих ее международную



конкурентоспособность» заключается «в чрезмерной сложности административных процедур» [1].

Таким образом, основной целью издания правовых актов, регламентирующих процесс осуществления конкурентных процедур, являлось формирование единого подхода к их реализации. В реальных условиях соблюдение утвержденного порядка порождает ряд трудностей, связанных с наличием вопросов по применению отдельных положений, конкретных требований и условий, недостаточно проработанной нормативно-правовой базой. В целях решения перечисленных проблем необходимо тиражировать успешный опыт осуществления конкурсных процедур, в частности с освещением спорных ситуаций, а также проводить открытые семинары с обсуждением возникающих вопросов.

### **Список литературы**

1. Лихварь В. Держите себя в рамках. Как ФЗ-223 ограничивает собственную эффективность [Интервью с В.А. Овчинским] // Информационно-аналитическое издание «Бюллетень Оперативной Информации «Московские Торги». – 2014. – № 10. – С. 24 - 27.

2. Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ (ред. от 05.04.2021) «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».

3. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 30.04.2021) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

УДК 65.011.4

## **АНАЛИЗ СТЕЙКХОЛДЕРОВ НА ПРИМЕРЕ ПАО «МАГНИТ»**

**А.А. Игонин, магистр**

**Ульяновский государственный технический университет**

*Аннотация.* В статье рассматриваются теоретико-методические вопросы и практика взаимодействия бизнеса и стейкхолдеров. Стейкхолдеры разделены на внутренних, то есть, тех, которые напрямую влияют на стратегическую и оперативную деятельность, и внешних, то есть, тех, которые косвенно влияют на оперативную деятельность и напрямую определяют стратегию бизнеса. Во второй части статьи представлены результаты исследования влияния стейкхолдеров на примере ПАО «Магнит».

**Ключевые слова:** стейкхолдер, анализ, группы влияния, внешние и внутренние стейкхолдеры, практическое использование, менеджмент.

Существует множество определений понятий стейкхолдеров или групп влияния, или, как их иногда называют, «участников коалиции» [2]. Впервые о теории управления стейкхолдерами писал Эдвард Фриман. Он считал, что понимание и выделение групп людей, способных влиять на бизнес или

отдельный проект, позволяют четко структурировать и оптимизировать процесс управления.

А.Т. Зуб утверждает, что стейкхолдеры – это любая группа или индивид, которые могут влиять на деятельность организации [3, с. 55].

Стратегическое управление подразумевает систему управления, позволяющую организации удовлетворять требования заинтересованных сторон, достигать поставленные цели и устойчиво развиваться в неопределенной внешней среде. Проблема взаимоотношений с заинтересованными сторонами является очень актуальной для бизнеса, так как каждая из заинтересованных сторон имеет прямое, либо косвенное влияние на организацию, а уровень влияния организации на заинтересованную группу может быть несоизмеримо меньшим.

Для эффективного управления взаимоотношениями с заинтересованными сторонами выделяется специальная подсистема – стейкхолдер-менеджмент, которая имеет собственные принципы, методы, инструменты [5, с. 67]. Актуальность данной проблемы обусловлена тем, что между стейкхолдерами и компанией существуют определенные отношения, они могут быть различными, как конкурентными, так и сотрудическими. Стейкхолдеры могут существовать независимо друг от друга, а могут и взаимодействовать [4]. Важно уметь анализировать каждую группу стейкхолдеров, как та или иная группа влияет на организацию. Основные аспекты анализа и будут рассмотрены в данной статье. Обычно различают две группы стейкхолдеров: внешние и внутренние.

К основным заинтересованным группам или стейкхолдерам предприятия ПАО «Магнит» относятся следующие: генеральный директор, менеджеры высшего звена (руководители отделов), руководители региональных подразделений, работники, покупатели, поставщики, государственные органы власти, региональные органы власти, социальные и общественные организации, конкуренты, надзорные органы, СМИ.

К внутренним стейкхолдерам относятся: генеральный директор, менеджеры высшего звена (руководители отделов), руководители региональных подразделений, работники.

К внешним стейкхолдерам относятся: покупатели, поставщики, государственные органы власти, региональные органы власти, социальные и общественные организации, конкуренты, надзорные органы, СМИ.

Наглядно все стейкхолдеры и их типичные интересы представлены в таблице.

Таблица 1 – Внутренние стейкхолдеры предприятия ПАО «Магнит»

| Группы влияния                          | Типичные интересы   |
|---|---|
| Генеральный директор                    | Уровень ответственности, уровень дохода, ожидание высокой прибыли, ответственность за стратегическое развитие предприятия |
| Менеджеры высшего звена                 | Социальный статус, связанный с работой в организации, уровень ответственности, количество и острота служебных проблем     |
| Руководители региональных подразделений | Размер заработной платы и премий, уровень ответственности, возможность получения дополнительных доходов                   |

|           |  |
|-----------|--|
| Работники | Гарантии занятости, уровень реальной заработной платы, условия найма, возможности карьерного роста, уровень удовлетворения работой |
|-----------|--|

Таблица 2 – Внешние стейкхолдеры предприятия ПАО «Магнит»

| Группы влияния                        | Типичные интересы  |
|---------------------------------------|--|
| Покупатели                            | Высокое качество продукта, разнообразие товара, уровень цен, возможность проведения различных акций и скидок |
| Поставщики                            | Стабильность заказов, оплата в срок и по условиям договора, создание взаимовыгодных отношений, уровень цен   |
| Конкуренты                            | Проведение совместных мероприятий для привлечения потребителей, аутсорсинг                                   |
| Государственные органы власти         | Выплата налогов, обеспечение занятости населения, соответствие деятельности требованиям закона               |
| Региональные органы власти            | Вклад в экономический рост региона, привлечение инвестиций в регион  |
| Социальные и общественные организации | Поддержка местной общественной деятельности, экологическая безопасность, благотворительность                 |
| Надзорные органы                      | Своевременное получение сертификатов и лицензий, выплата налогов   |
| СМИ                                   | Информационная открытость бизнеса, перспективы развития организации, реклама                                 |

### ***Управление и анализ стейкхолдеров ПАО «Магнит»***

Генеральный Директор отвечает за уплату налогов, долгов, другие виды ответственности, полностью контролирует деятельность организации, несет финансовую ответственность за все предприятие. В первую очередь он заинтересован в получении стабильной и возрастающей прибыли. Поэтому, одним из главных вопросов, который стоит перед генеральным директором, является эффективное управление предприятием, которое включает в себя разработку стратегии успеха компании, обеспечение безопасности бизнеса, управление персоналом, мотивация сотрудников, ответственность и другие. Основные вопросы, которые часто задают себе генеральные директора - это как воспринимает их коллектив и насколько их личные качества соответствуют уровню выполняемых задач, какую роль они играют в компании, позволяют ли их знания и опыт требовать выполнения отданных распоряжений. От того, какой ответ они дадут себе на эти вопросы, зависит их эмоциональное благополучие и как следствие, результаты работы организации в целом. Сочетание трех составляющих - знания, опыт и личные особенности - формирует стиль лидерства и взаимодействия с людьми, находящимися в подчинении.

К менеджерам высшего звена (руководителям отделов) относятся руководители финансового отдела, производственного, коммерческого,

юридического и отдела продаж. Они имеют интересы в получении социального статуса, связанного с работой в организации, уровнем ответственности, количестве и остроте служебных проблем, размере заработной платы и премий.

Руководители региональных подразделений заинтересованы в уровне ответственности, уровне дохода и премий, возможности получения дополнительных доходов. Они являются представителями предприятия в различных регионах, несут ответственность за него, а также за деятельность своего представительства, формируют цели, ставят задачи, контролируют их выполнение, предоставляют отчеты о работе в главный офис.

Работники заинтересованы в гарантии занятости, уровне реальной заработной платы, условиях найма, возможности карьерного роста, уровне удовлетворения работой. Нужно отметить тесное взаимодействие ПАО «Магнит» с работниками. На предприятии высокий показатель текучести кадров из-за невысокой заработной платы, но ежегодно сотрудники имеют возможность повышения квалификации и получения новых знаний по своей деятельности, также проводятся ежегодно тимбилдинги, направленные на сплочение коллектива и улучшение корпоративной культуры.

Покупатели. Основными покупателями продукции являются мужчины и женщины от 20 до 70 лет. Покупатели занимают различное социальное положение в обществе. В основном практически в равных долях среди них, это домохозяйки, предприниматели, служащие, руководители предприятий, рабочие, студенты и пенсионеры. Преимущественно среднемесячный доход семьи основных потребителей составляет от 25 до 50 тыс. рублей. Главным фактором, которым руководствуются покупатели при выборе товара, является оптимальное соотношение цены и качества.

В основном, люди на текущий момент узнают о магазине через рекомендации друзей и знакомых, территориальному признаку, а также по рекламе в лифтах, через официальный сайт, радио и интернет-рекламу. Покупатели на вопрос о том, слышали ли они ранее о «Магните» отвечали преимущественно «да», а именно, 80% отвечали, что слышали. Это говорит о том, что на предприятии высокий уровень маркетинга, направленный на повышение узнаваемости бренда.

Поставщики. Основными поставщиками товара для ПАО «Магнит» являются такие компании как: «Балтика», «Кока-Кола», «Колос», «Регата», более 700 наименований товаров собственной торговой марки, что составляет 20% в ассортименте и 12% в общем объеме продаж и другие.

«Магнит» имеет не только долгосрочное сотрудничество с некоторыми поставщиками, но и начинает заниматься поиском других, не менее значимых поставщиков.

Анализ показал, что поставщики обычно нацелены на долгосрочное партнерство, что является показателем надежности и уверенности в ответственных и постоянных покупателях.

Как видно, основной упор в своей работе практически все поставщики делают на большой опыт торговой сети на рынке, высокий уровень обслуживания, доступную цену, минимальные сроки поставки, высокое

качество продукции. Это свидетельствует о том, что поставщики проверены долгосрочным сотрудничеством и уделяют большое внимание особенностям работы с клиентами.

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятие достаточно давно сотрудничает со своими поставщиками. Поставщики соблюдают государственные стандарты качества и вовремя выполняют условия договора, что говорит об их ответственности и желании продолжить сотрудничать с ПАО «МАГНИТ».

Конкуренты. Всего в Ульяновске достаточно много продуктовых магазинов. Среди основных конкурентов выделим наиболее значимые и схожие по деятельности, а именно, «Пятерочка», «АШАН», «Гулливёр». Угроза появления новых конкурентов не так высока, ведь в данный момент на рынке переизбыток магазинов. У ПАО «МАГНИТ» и у его конкурентов одинаковый ключевой продукт – продажа пищевых продуктов, напитков, табачных изделий, бытовой химии, косметики.

Государственные органы власти заинтересованы в выплатах налогов, обеспечении занятости населения, соответствии деятельности требованиям закона. Предприятие своевременно оплачивает налоги, предоставляет рабочие места с учетом достаточно высокого показателя текучести кадров, а также своевременно приобретает необходимые лицензии и сертификаты качества на производимую продукцию.

Региональные органы власти заинтересованы во вкладе в экономический рост региона, привлечении инвестиций в регион. На данный момент ПАО «Магнит» имеет тесное взаимовыгодное сотрудничество с региональными органами власти.

Надзорные организации заинтересованы в своевременном получении сертификатов и лицензий, выплатах налогов. ПАО «Магнит» своевременно старается получать сертификаты и лицензии и платить налоги.

СМИ. Средства массовой информации заинтересованы в информационной открытости бизнеса, перспективах развития организации, в рекламе. ПАО «Магнит» имеет достаточно хорошую рекламу, для того чтобы покупатели могли выбрать именно этот магазин. Руководство предприятия открывает информацию о перспективах развития в статьях в интернет-изданиях.

Таким образом, рассмотрены все стейкхолдеры, степень их влияния на организацию и степень влияния компании на стейкхолдеров, а также перечислены основные интересы стейкхолдеров, инструменты влияния и стратегическое видение по каждому из них. Исходя из анализа, были определены стейкхолдеры, с которыми предприятие имеет регулярное взаимодействие: генеральный директор, менеджеры высшего звена, руководители региональных подразделений, работники, покупатели, поставщики, надзорные организации. Стейкхолдеры, с которыми предприятие имеет нерегулярное взаимодействие или же в целом отсутствует взаимодействие – федеральные, региональные и муниципальные органы власти, СМИ, конкуренты.

Стратегия взаимодействия со стейкхолдерами ПАО «Магнит» должна строиться как на улучшении и совершенствовании отношений со стейкхолдерами, так и на построении регулярного, последовательного взаимодействия с теми стейкхолдерами, которым уделяется минимальное внимание на текущий момент.

### **Список литературы**

1. Лазарева, А.В. Знание – стратегический конкурентный ресурс / А.В. Лазарева, Е.А. Волкова // Труды Ульяновского научного центра «Ноосферные знания и технологии». – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – С. 144-145.
2. Гордеева, М.К. Стратегический менеджмент: учебно-методический комплекс / М.К. Гордеева. – Ульяновск: УлГТУ, 2003. – 158 с.
3. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика: учебное пособие для вузов / А.Т. Зуб. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 415 с.
4. О'Шоннеси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О'Шоннеси. – СПб.: ПИТЕР, 2001. – 864 с.
5. Смирнов, Н.А. Стратегический менеджмент. Краткий курс / Н.А. Смирнов. – СПб.: Питер, 2003.

УДК 331.101.3

## **МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА ВОДИТЕЛЕЙ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ**

**В.С. Калинина, преподаватель**

**Омская академия экономики и предпринимательства**

***Аннотация.** В статье рассмотрены различные подходы к понятию стимулирования труда, сформулирована авторское определение стимулирования труда водителей, определены методы стимулирования труда водителей автотранспортных средств.*

***Ключевые слова:** стимулирование труда, водители.*

Основой функционирования любого экономического субъекта является персонал. От уровня его квалификации, компетентности, профессиональных умений и навыков зависит эффективность деятельности всего хозяйствующего субъекта в целом. Стимулирование труда сотрудников выступает одним из рычагов повышения производительности труда. Транспортные компании не являются исключением. Следовательно, представляется интересным изучение особенностей стимулирования водительского состава, осуществляющего перевозки различного характера.

Существуют различные подходы к понятию «стимулирование труда».

А.О. Жукова считает, что стимулирование представляет собой воздействие не непосредственно на личность, а на внешние обстоятельства с

помощью стимулов (благ), побуждающих работника к определенному поведению [1, с. 173].

А.В. Карпухина говорит о том, что стимулирование труда – это совокупность действий, представляющих собой средства удовлетворения в большей мере материальных потребностей [2, с. 39].

М.С. Мирошник отмечает, что стимулирование труда – это комплекс мер, которые являются средством для удовлетворения конкретных потребностей работника [3, с. 104].

По мнению М.В. Пестерниковой и А.В. Казаковой, стимулирующая среда организации представляет собой творческую управленческую деятельность, задача которой заключается в развитии потенциала сотрудников путем оценки их потребностей, а также в проведении практических мероприятий для удовлетворения этих потребностей [4, с. 11].

На основании мнений различных экономистов можно сформулировать определение стимулирования труда водителей.

Стимулирование труда водителей – это комплекс управленческих мер, стимулирующих водителей на определенные действия, с целью повышения эффективности и производительности труда водительского состава транспортной компании.

В общем виде классификация методов стимулирования труда водителей представлена на рисунке 1.

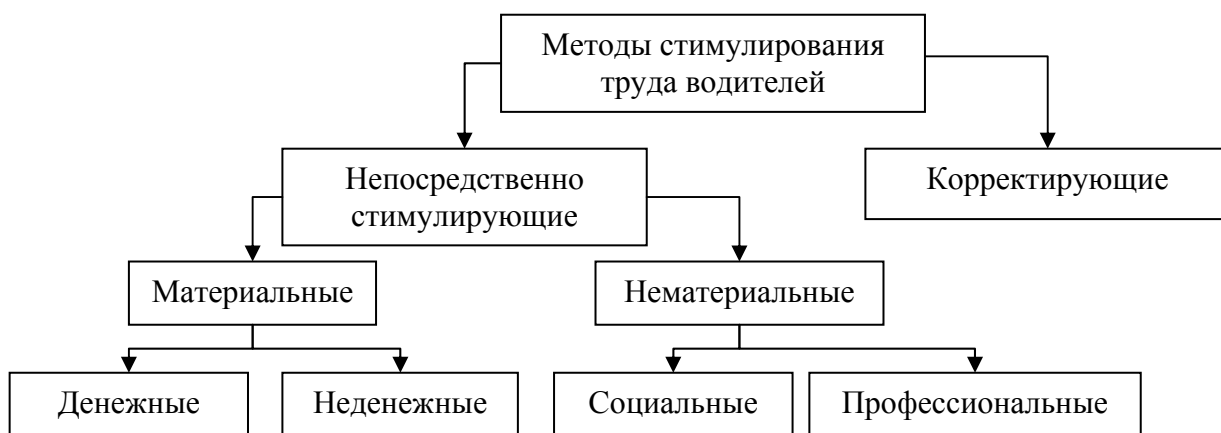


Рисунок 1 – Классификация методов стимулирования труда водителей

Из рисунка 1 следует, что все методы стимулирования труда водителей можно разделить на две большие группы: непосредственно стимулирующие и корректирующие.

Корректирующие методы применяются в случае, когда необходимо скорректировать труд водителя в связи с невыполнением каких-либо функций, нарушением правил/регламентов и т.п. К таким методам можно отнести: замечание, выговор, штраф (в пределах премиальной части оплаты труда), иные санкции.

Непосредственно стимулирующие методы направлены на улучшение эффективности и производительности труда водителей. Такие методы, в свою очередь, подразделяются на материальные и нематериальные.

Наиболее распространенными методами стимулирования труда можно считать материальные, которые могут быть денежными или неденежными.

К методам денежного стимулирования можно отнести:

- повышение заработной платы (оклада, тарифа или премиальной части в зависимости от системы оплаты труда);
- предоставление беспроцентных займов (или по льготной ставке);
- компенсации и др.

К методам неденежного стимулирования относят:

– дополнительное медицинское страхование (ДМС) – может выступать отличным стимулом для водителей, так как данную профессию можно отнести к опасным, существует угроза аварий;

- оплата питания;
- оплата транспортных расходов – чаще всего предоставляется транспорт той же транспортной компании для того, чтобы доставить водителя до дома/от дома;

– оплата обучения, курсов повышения квалификации – водителям необходимо систематически повышать свою квалификацию как непосредственно по направлению своей деятельности, так и в других областях. Так, например, имеет смысл обучать водителей оказанию первой медицинской помощи, особенно актуальным такое обучение будет для водителей, осуществляющих пассажирские перевозки, так как пассажир в любой момент может почувствовать себя плохо;

- предоставление путевок в лагеря для детей водителей и др.

Помимо материальных стимулов, существуют также нематериальные методы стимулирования, которые можно классифицировать на социальные и профессиональные.

Социальные методы стимулирования позволяют оказать влияние на действия водительского состава путем социально-психологических приемов. К таким методам можно отнести:

- награждение почетными грамотами, благодарственными письмами, знаками отличия;

– введение рейтинговой системы водителей – ежемесячно можно формировать рейтинг водителей компании исходя из количества совершенных рейсов, количества аварий и т.п. На основании рейтинга можно ежемесячно выделять лучшего водителя месяца;

- повышение в должности – например, возможность назначения водителя на должность начальника транспортного отдела и др.

К профессиональным методам стимулирования можно отнести:

- общие профессиональные корпоративные праздники за счет транспортной компании (например, последнее воскресенье октября – День автомобилиста);



– предоставление нового транспортного средства или транспортного средства в более хорошем состоянии, так как для каждого водителя важно, на каком транспортном средстве он осуществляет перевозку и др.

Таким образом, каждый хозяйствующий субъект заинтересован в улучшении результатов своей финансово-хозяйственной деятельности, в том числе транспортные компании. От водительского состава во многом зависит успешность функционирования транспортной организации. Управленческому персоналу необходимо использовать различные методы стимулирования для достижения наибольшей эффективности и производительности труда водительского состава автотранспортных средств.

### **Список литературы**

1. Жукова, А.О. К вопросу об эффективности стимулирования труда на Российских предприятиях / А.О. Жукова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 11-1 (57). – С. 173-176.

2. Карпухина, А.В. Мотивация и стимулирование труда персонала в современных условиях / А.В. Карпухина // Синергия наук. – 2019. – № 39. – С. 39-43.

3. Мирошик, М.С. Взаимосвязь мотивации и стимулирования труда / М.С. Мирошик // Вектор экономики. – 2019. – № 3 (33). – С. 104-111.

4. Пестерникова, М.В. Современные методы стимулирования труда персонала предприятия / М.В. Пестерникова, А.В. Казакова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. – № 6. – С. 11-22.

УДК 65.01

## **ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

**А.И. Краснопольская, студентка**

**Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского**

***Аннотация.** В статье представлены пути формирования эффективной системы управления предприятием, которые способствуют достижению поставленных целей через основные блоки управления компанией, а также позволяют оптимизировать работу самого предприятия.*

***Ключевые слова:** управление, предприятие, функции, эффективность, оценка, персонал, инструменты.*

Организация управления признается результативной, если сформированы подходящие требования, с помощью которых фирма сумеет достигнуть установленных целей с наилучшими показателями, в наименьшие сроки и при невысоких расходах абсолютно всех видов ресурсов.

Перед начальством стоит цель настолько мотивировать подчиненных, чтобы они трудились с наибольшей эффективностью и значительной производительностью.

Руководство решает задачу согласно направленному воздействию на объект, в следствии которого обязаны быть достигнуты конкретные цели. Из этого вытекает, то что для оценки производительности управления имеют все шансы использоваться последующие показатели:

- окончательные итоги производственной деятельности;
- качество планирования (усовершенствование показателей бюджетирования);
- результативность вложений (отдача на капитал);
- повышение быстроты оборачиваемости денежных средств.

Необходимость дать оценку, насколько результативно сформировано управление в компании, появляется в конкретных моментах. К ним принадлежат кризисное положение фирмы, потребность инвестиции денег, реорганизация и необходимость в унификации концепции управления. Для оценки эффективности необходимо поставить цели, основательно изучить состояние компании и сформулировать рекомендации для его усовершенствования.

При проведении оценки внутренней, а также внешней среды при помощи методики SWOT обнаруживаются слабые, а также сильные стороны компании в области управления персоналом, а также существующие у него возможности и угрозы, которых необходимо остерегаться. Обнаружение слабых и сильных сторон, помимо всего остального, отображает самооценку компании и предоставляет шанс сопоставить себя с соперниками на рынке труда.

Кроме того, возможно осуществить оценку по функциям управления персоналом, а также единичным признакам при помощи конкурентного профиля компании. Оценка функций управления ведется экспертным способом, оценка единичных характеристик – методом сравнительного анализа.

Для того чтобы обеспечить эффективное управление организацией, необходимо выделить базовые функции, а также совместить их в блоки. Их осуществление обязательно при сложной концепции управления фирмой. Функциональные блоки могут быть следующими:

1. Анализ и контроль состояния внешней среды и прогноз изменений. Этот блок нужен, для того чтобы обеспечить адекватное состояние фирмы в соответствии с критериями наружной среды. Основная задача данного блока – получение ответа на вопрос: что окружает компанию и что ее ждет?

2. Обеспечение адекватной реакции на изменение среды и состояния предприятий.

Главная задача – поддержка процесса принятия управленческих резолюций, на базе существующих сведений.

3. Мониторинг состояния предприятия.

Под мониторингом подразумевается надзор, анализ и оценка состояния того или иного процесса путем наблюдения за ним в динамике, анализ тенденций изменения состояний самого процесса, а также условий,

оказывающих большое влияние на него. Сведения мониторинга учитываются в отдельности, вне самого процесса. Начальными сведениями для мониторинга считается перечень характеристик, согласно которым обязано быть наблюдение, – характеристики оценки состояний. Затем определяется схема получения данных. Помимо самих параметров анализируются характеристики, которые формируют каждый из них.

Существуют две стадии мониторинга:

- наблюдение в составе изначальных контуров управления ресурсами, а также, соответственно, процессом на базе основных данных;
- наблюдение на базе агрегированной информации, приобретенной с изначальных контуров.

4. Управление издержками. Этот блок дает возможность анализировать расходы, сопряженные с производством этого либо другого продукта или услуги, дает сведения о вероятных путях уменьшения расходов.

5. Бухгалтерский учет и отчетность.

Данный блок решает разнообразные задачи в области финансово-экономического взаимодействия, отношений с внешней средой, учета, а также контроля финансово-хозяйственных характеристик работы компании.

Выживать в неустойчивой финансовой ситуации дают возможность опробованные инструменты управления, которые функционируют вне зависимости от условий текущего этапа. Bain&Company, начиная с 1993 года, проводит годовое анкетирование управляющих разных компаний об используемых ими техниках.

Для того чтобы подобрать верный механизм для результативного управления фирмой, следует изучить итоги его использования в иных организациях. Разузнав, какие трудности появляются у сотрудников, во что обходится использование этого инструмента, вы будете реально смотреть на вещи, а также сумеете избежать стандартных ошибок.

Следует отличать инструменты и стратегию. Первые выступать в вспомогательной роли при достижении целей.

Весьма немаловажно подобрать верный инструмент для определенной ситуации. При этом не нужно возлагать на него очень много ожиданий. Универсальных инструментов не существует, невозможно одним способом найти решение всех без исключения имеющихся проблем.

Результативность используемых в работе методов во многом зависит от коммуникации между разными уровнями фирмы. Зачастую перспективные инициативы никак не приносят ожидаемых плодов из-за того, что работники попросту не понимают, для чего вводится этот либо другой инструмент.

Цели, которых планируется достигнуть, обязаны быть измеряемыми. Довольно часто они формулируются неясно, и в результате неясно, есть ли положительные итоги. Помимо этого, нужно непрерывное наблюдение, которое сможет помочь проследить динамику усовершенствований.

Адаптирование инструмента под реалии определенного бизнеса неминуема: в отсутствии подстройки ни один наиболее эффективный метод не будет функционировать в полную силу.

### **Список литературы**

1. Кнорринг В.И. Теория, практика и искусство управления: учебник для вузов по специальности «Менеджмент». – 2-е изд., изм. и доп. – М.: Издательство НОРМА, 2001. – 528 с.

2. Юдакова А.В. Основные проблемы совершенствования систем управления предприятие на современном этапе развития экономики. – Кемерово: Изд-во Кемеровского ун-та, 2011. –146 с.

УДК: 159.92:378.015

## **РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОСТАВЛЯЮЩИХ КАЧЕСТВАХ ЛИДЕРА**

**П.В. Краюшкина, студентка**

**Крымский федеральный университета имени В.И. Вернадского**

*Аннотация.* В данной статье рассматривается определение «лидер» с разных сторон, объясняется отличие данного термина от «руководителя», доказываемся важность высокого уровня эмоционального интеллекта для успешности лидерства и рассматриваются основные качества, определяющие уровень развитости эмоционального интеллекта.

*Ключевые слова:* лидер, спешный руководитель, эмоциональный интеллект, качества, результативность.

В условиях современных реалий нам не хватает лидеров в полном смысле этого слова, а особо значимую роль качественное лидерство занимает в сфере труда, ведь для получения предполагаемого результата нужен хороший руководитель, способный организовать процесс работы таким образом, чтобы с наименьшими затратами времени и средств получить товар, услугу – результат. Особую важность данная проблема несет в себе для менеджеров старшего звена и руководителей.

Лидерство –это качество личности, дающее ей возможность стоять во главе группы людей и задавать общий вектор развития, брать на себя ответственность за результат и быть авторитетом в глазах коллектива.

Из определения лидерства вытекает вопрос: «Кто и при каких обстоятельствах занимает данную позицию и возможно ли развить в личности качества, свойственные руководителю-лидеру?»

С данным социальным явлением мы сталкиваемся на протяжении всей нашей жизни: в любом возрасте, при любых возникающих обстоятельствах. Везде, где собирается группа, обязательно возникает процесс лидирования одного и следования за ним других членов группы, толпы, коллектива. Лидер оказывает значительное влияние на процессы организации членов группы для выполнения простейших и сложных действий, формирование устоев групповых норм и ценностей, оказывает схожее с родительским влияние на

«подчиненных». Именно поэтому лидеры и сам феномен лидерства привлекают внимание исследователей различных отраслей.

Учёные задавались вопросами – почему один человек становится лидером, а другой занимает роль исполнителя, почему отдельно взятая личность в разных условиях занимает различное иерархическое положение и в чем отличия одного лидера от другого в одинаково поставленных условиях. Возможность для научного исследования и обоснования данного социального понятия, как лидерство, появилась только в XX веке в связи с развитием общественных наук, в первую очередь психологии и социологии, и технического прогресса в целом. Становление промышленности, широкая распространенность профессии менеджера, начало понимания и осознания большой значимости человеческого фактора, как одного из важнейших компонентов в рабочем процессе, только повысили значимость к изучению данной проблемы.

Определение лидерству дает Ж. Блондель. Согласно его представлениям, лидерство – это феномен власти. Лидерство – это власть, потому что оно состоит в способности одного или нескольких лиц, находящихся на вершине, заставлять других делать то позитивное или негативное, что последние в иных условиях могли бы не делать. Именно в этом заключается основная необходимость общества в лидерах [1, С. 4].

То есть, по мнению Ж. Блонделя, лидер – это человек, который находится на вершине и заставляет группу действовать в его интересах. Лидерство – это власть над кем-либо, заключенная в руках одного человека – руководителя.

В условиях современных реалий нашему обществу остро не хватает хороших руководителей – людей, которые будут воодушевлять, направлять, стимулировать и подавать пример, людей, способных изменить ситуацию в группе, фирме или стране кардинальным образом.

Важным аспектом в комплексном рассмотрении лидерства является тот факт, что руководитель и лидер априори не одно и то же. Руководитель – это более узконаправленное и точное определение человеку, который наделен властью. В целом, это основная характеристика руководителя. Чаще всего, это определенная должность на время выполнения проекта, задачи, но, к сожалению, во главе проектов не всегда стоят истинные лидеры. В реальной жизни далеко не всегда на роль управляющего ставят человека, являющегося лидером в данной группе.

В такой ситуации могут решающую роль играть иные причины: опыт работы, стаж, должность, корпоративные правила, нормы.

Лидер – это генератор идей и человек, способный совместно с группой идти к конечному результату, правильно распределять роли и самому занимать определенную нишу, но, по причине того, что не всегда роль руководителя занимает истинный лидер, группа выполняет поставленную задачу не наилучшим образом.

Из этого можно сделать вывод: важной чертой истинного лидера является умение побуждать, а не принуждать людей к определенным действиям. Именно поэтому лидером в группе может оказаться подчиненный, а не поставленный

на эту должность руководитель, из чего могут вытекать конфликты как между руководителем и лидером, так и внутри группы в общем.

Так же не стоит забывать, что идеального лидера не существует в реальной жизни, так как один человек не может занимать позицию лидера в абсолютно любой группе. Всегда найдется более сильный, психологически превосходящий Вас человек. Даже в группе явных лидеров роли будут распределены – и лидер будет только один.

Как говорилось выше, не каждый руководитель, наделенный властью над определенной группой людей, является лидером. И, в особенности, успешным лидером, то есть идеалом, к которому стремится каждая отдельно взятая личность, ставящая перед собой задачу иметь власть над кем-либо и при всем этом не отторгать симпатию группы, а напротив вызывать доверие и уважение сторонников. Лидер – это не просто человек руководящий, это человек, который работает совместно с группой и выбирает вектор движения к выгодному для него результату.

Так как же называть умение побуждать, а не принуждать, присущее некоторым людям и проявляющееся при определенных обстоятельствах?

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что лидера от руководителя отличает определенный набор качеств, которые были объединены и названы эмоциональным интеллектом.

Роль эмоционального интеллекта в рабочем процессе и в целом в обыденной жизни, несомненно, высока и возрастает в современных социально-экономических условиях. С каждым годом появляется все больше новейших технологий, и люди переходят от работы на производстве в сферу услуг, где ключевым моментом «удачного производственного результата» выступает человеческий фактор.

Эмоциональный интеллект – это способность к анализу поведения других людей и своего собственного, умение на основании этого выстраивать отношения благоприятным образом для обеих сторон: я – коллектив, я внешнее – я внутренне.

Рассматривая связь эмоционального интеллекта и лидерства, Д. Гоулман, Р. Бояцис и Э. Макки ввели понятие «эмоциональное лидерство». В своей книге они доносят до читателей, что в способностях, отличающих успешных лидеров от типичных руководителей, 80–90% – а иногда и больше – составляют навыки именно эмоционального интеллекта. При этом авторы подмечают, что в какой-то степени, конечно же, успешность лидера определяет именно его интеллект, причем особенно важными являются когнитивные навыки – широкий умственный кругозор и способность к предвидению. Это, как и эмоциональный интеллект, является обязательной константой набора успешного лидера – чтобы стоять во главе коллектива, важно не только его понимать, но и обладать достаточными знаниями не только в области психологии, но и точных наук, таких как математика, физика, история, химия, биология и др.

Компоненты эмоционального интеллекта и лидерские способности по Гоулману Д. взаимосвязаны следующим образом [2, С. 263-264]:

1. Личностные навыки: эмоциональное самосознание, точная самооценка, уверенность в себе, самоконтроль, открытость, адаптивность, воля к победе, инициативность, оптимизм;

2. Социальные навыки: социальная чуткость, деловая осведомленность, предупредительность;

3. Управление отношениями: воодушевление, влияние, содействие изменениям, командная работа и сотрудничество.

В книге «Действенное лидерство» Гарвардской школы бизнеса эти же авторы отмечают исключительную роль настроения лидера для подчиненных. То есть, истинный лидер должен не только уметь анализировать настроение подчиненных, но и корректировать его – стремиться устранять недовольства внутри коллектива и у каждой отдельно взятой личности. Быть примером и стимулировать личностный рост сотрудников на позитивный результат компании.

В этом вопросе важную роль играет юмор и позитивный настрой. Когда что-то идет не по плану и меняются обстоятельства, под которые в кратчайшие сроки нужно подстроиться, лидер группы должен стимулировать, мотивировать и продолжать вести группу к положительному результату.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод: эмоциональный интеллект – это одна из важнейших составляющих личностных черт лидера и он важен для благоприятного взаимодействия людей в процессе любого вида деятельности, как игра, общение, учение и труд.

Любой руководитель, имеющий постоянную группу или сформированную для выполнения одноименной задачи, должен обладать развитым эмоциональным интеллектом и иметь достаточное количество точных знаний в сфере работы над поставленной целью. Также важным умением является позитивный взгляд на мир: определенная доля юмора в процессе работы, умение сглаживать конфликты и сила воли, чтобы иметь достаточное мужество для достижения цели.

### ***Список литературы***

1. Гоулдман, Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Д. Гоулман, Р. Бояцис, Э. Макки; пер. с англ. – 3-изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 301 с.

2. Блондель, Ж. Политическое лидерство: Путь к всеобъемлющему анализу / Ж. Блондель – М., 1992. – 135 с.

## РЫНОК ТРУДА НАСЕЛЕНИЯ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Р.А. Крлыков, студент

М.В. Рыбкина, к.э.н., доцент

Ульяновский государственный технический университет

*Аннотация.* В данной статье мы рассмотрим уровень безработицы в короновирусное время, ключевые предприятия, занятость населения Ульяновской области.

*Ключевые слова:* Ульяновск, безработица, предприятия, вакансии, миграция, экономика.

Многие студенты на заключительных курсах учебного заведения часто задаются вопросами, актуальна ли их специальность в настоящее время, в каких регионах больше перспектив, стоит ли оставаться Ульяновским студентам в городе или же переехать в другие регионы?

Если рассматривать весь рынок труда Российской Федерации в период пандемии, то мы можем увидеть позитивную динамику относительно 2020 года.

По данным Минтруда РФ, всего за неделю количество официально зарегистрированных безработных сократилось на 200 тысяч – до 1,9 миллиона человек. В ведомстве пришли к выводу, что ситуация на рынке труда в стране стабилизируется. По мнению опрошенных «Известиями» экспертов, уровень безработицы в стране действительно снижается: господдержка сработала, бизнес возвращается к активности после кризиса с коронавирусом.

В Ульяновской области так же наблюдается позитивная тенденция, так за период с 16 октября 2020 года по 5 февраля уровень безработицы сократился с 5,10% до 2,76%.

Количество вакансий в целом по области составило 14737 единиц.

Ульяновская область опережает в количестве вакансий субъекты Поволжского федерального округа (рис. 1).

**План, утверждённый экс-губернатором Сергеем Морозовым по созданию новых мест работы**

На 20 февраля план, который был утвержден экс-губернатором Сергеем Морозовым, выполнен на 30%

По данным Агентства по развитию человеческого потенциала и трудовых ресурсов, зимний период в области было сделано 5685 новых мест работы. Из них в сфере малого и среднего бизнеса создано 3770. Также создано 1845 высокопроизводительных мест работы, 715 временных и 73 сезонных (рис. 2).



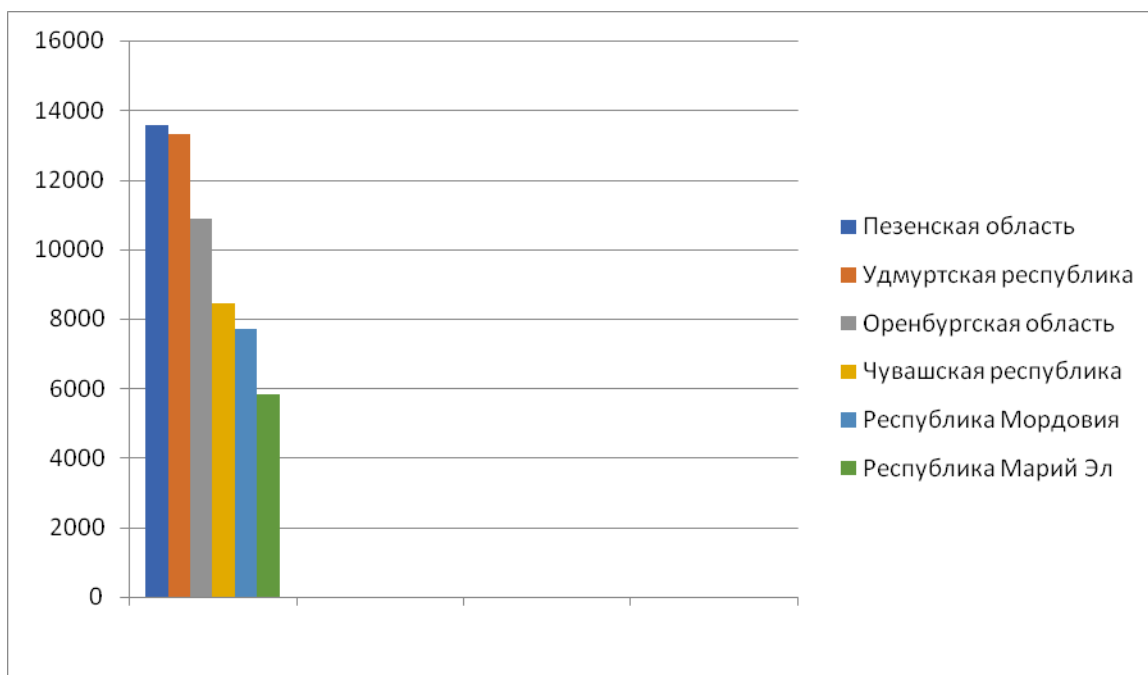


Рисунок 1 – Количество вакансий в ПФО

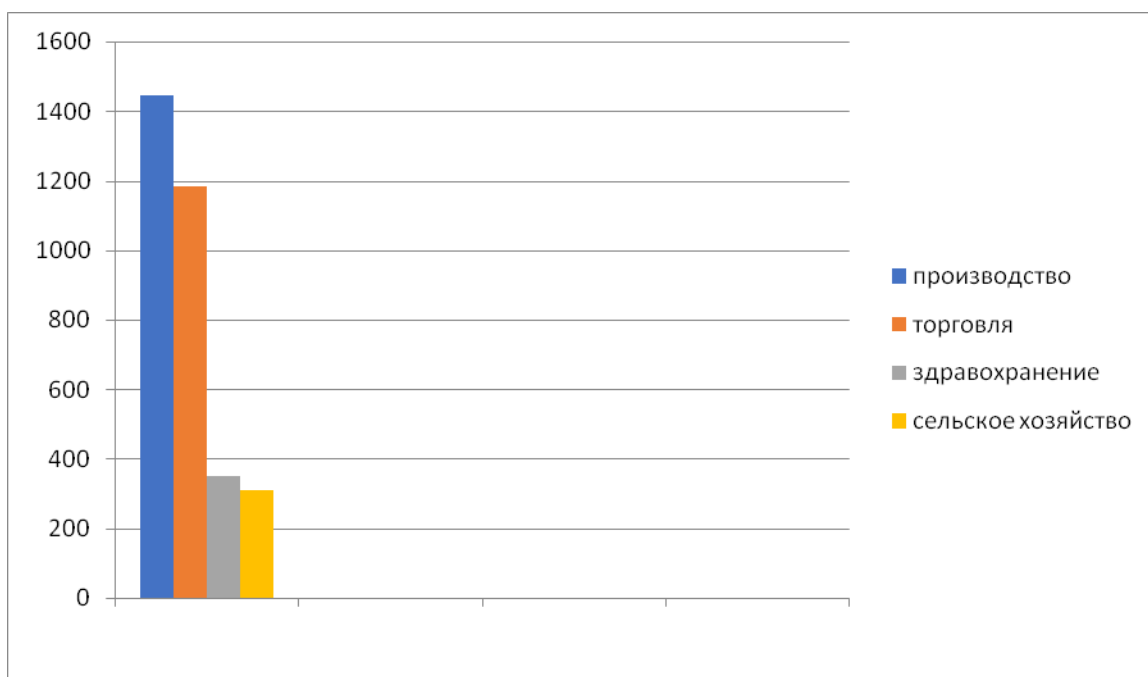


Рисунок 2 – Новые рабочие места

### Миграционный вопрос

По данным Ульяновскстата межрегиональной миграции октябре 2020 года составили: прибывших – 11239 человек, выбывших – 11666 человек.

По состоянию на 01 ноября 2020 года **самый значительный межрегиональный миграционный прирост** наблюдался в Чердаклинском районе (+100 человек), в Ульяновском районе (+93 человека), Барышском район (+56 человек), Цильнискоми районе (+55 человек) и г. Ульяновске (по +45 человек).

По итогам 10 месяцев 2020 года **наибольшее миграционное снижение** фиксируется в г. Димитровграде (-322 человека), Мелекесском районе (-169 человек), Старокулаткинском районе (-90 человек), Новомалыклинском (-63 человека), и Николаевском (-62 человека) районах.

### **Предприятия в городе Ульяновск**

В городе есть много основных городских предприятий. Один из самых известных это – УАЗ (Ульяновский автомобильный завод). Эти автомобили с повышенной проходимости имеют спрос у военных, медицинских работников и простых людей. Ульяновского автомобильного завода как работодателя большое количество мест работы, десятки инженеров, программисты, квалифицированные рабочие.

В строительном секторе экономики численность занятых граждан в 2015 году определена в количестве 42,6 тыс. человек, но по прогнозным данным к 2023 году будет снижена до 40,7 тыс. человек. Тренд снижения численности занятых констатируют прогнозные данные дополнительной потребности. Так, например, в 2017 году данный показатель составил 1,6 тыс. человек, в 2019 году – 1,2 тыс. человек, в 2021 году – 1,1 тыс. человек, в 2023 году – 1,0 тыс. человек. Это объяснимо насыщением рынка, в первую очередь, жилищной недвижимости, вследствие чего прогнозные темпы её строительства пойдут на спад.

Численность занятых в бюджетном секторе экономики, как и на общероссийском уровне, так и на уровне Ульяновской области, имеет тенденцию к снижению. Так, прогнозные значения занятых в области образования и деятельности в области здравоохранения и социальных услуг в 2023 году составят 44,2 тыс. человек и 40,1 тыс. человек соответственно, что на 2,0 тыс. человек и 0,8 тыс. человек соответственно меньше, чем в 2018 году. Тем не менее, одними из наивысших показателей потребности в кадрах являются показатели именно этих секторов экономики. Например, ежегодная дополнительная потребность в трудовых ресурсах в образовательных организациях вплоть до 2023 будет неизменна и составит 3 тыс. человек ежегодно. Это объяснимо высоким цензом работников сферы образования в возрасте 50 лет и старше (по данным опроса – 42% от общей совокупности). В условиях прогнозных показателей демографического развития региона, высока вероятность сохранения данного тренда на долгосрочную перспективу.

### ***Список литературы***

1. Об утверждении прогноза баланса трудовых ресурсов Ульяновской области на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим обращения: <https://ulgov.ru/page/index/permlink/id/11110/>.
2. Рынок труда и занятость населения [Электронный ресурс]. – Режим обращения: <https://uln.gks.ru/folder/40291>.

## К ВОПРОСУ ВЛИЯНИЯ РАЗВИТИЯ НАУКИ НА ПРОИЗВОДСТВО В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

**В.В. Кузнецов, д.э.н., профессор**  
Ульяновский государственный технический университет  
**И.С. Большухина, к.э.н., доцент**  
Ульяновский филиал РАНХ и ГС при Президенте РФ  
**М.В. Рыбкина, к.э.н., доцент**  
Ульяновский государственный технический университет

***Аннотация.** В статье дана характеристика взаимообусловленности развития промышленности и научно-технических достижений на материалах периода СССР и современной России.*

***Ключевые слова:** наука, производство, управление народным хозяйством.*

На современном этапе в развитии материального (и не только) производства определяющим фактором является все более интенсивное использование результатов науки и научно-технических достижений.

Сегодня все мы знаем, что развитие любого общества в значительной степени определяется интенсивностью использования результатов науки в технологии производства, организации управления и трудовой деятельности.

История развития страны показывает, что уже в первую пятилетку (1928-1933 гг.) было реконструировано 800 предприятий. По экономическим оценкам, объем ВВП вырос на 53,4%, промышленное производство – на 39,5%, выпуск продукции машиностроения – в 4 раза. Во второй пятилетке (1933-1937 гг.) 80% промышленной продукции было получено на реконструированных предприятиях. В 2 раза увеличились доходы населения, для обеспечения села техникой были созданы 5518 тракторных станций. К 1945 году в исторически кратчайшие сроки на освобожденных от оккупации землях было восстановлено 84,7 тысячи колхозов, село получило более 500 тысяч тракторов и 90 тысячи зерновых комбайнов и других уборочных машин. Уже в 1954 году введена пенсионная выплата на селе. Значительные работы были проведены в сфере управления народным хозяйством.

В период управления страной Н.С. Хрущевым (после ухода И.В. Сталина из жизни) взамен вертикальной системы управления была введена территориальная система управления народным хозяйством. К этому периоду относятся рекомендации науки на укрупнение колхозов в сельскохозяйственном производстве, создание научно-производственных объединений. Одновременно были расширены хозрасчетные права предприятий и организаций путем предоставления им права распоряжаться частью прибыли, в т.ч. для создания фондов: развития производства, материального поощрения, развития науки и техники, социального развития и жилищного строительства. Использовать эти средства предприятие по своему

усмотрению, что подтверждалось коллективным договором, подписываемым Председателем Совета трудового коллектива.

Создание хозрасчетных фондов предприятий оказало существенную помощь государству в решении задач по реализации мероприятий по совершенствованию технического и организационно-управленческого управления предприятий, обновлению их станочного парка и совершенствованию технологии производства, в том числе и приобретению продукции научно-технических структур. Эти фонды оказали существенную помощь в строительстве жилья и других социальных объектов по улучшению быта населения, объектов здравоохранения и культуры.

Десятилетний период (1961-1970 гг.) можно считать самым эффективным в управлении народным хозяйством СССР. В эти годы были построены социальные объекты на селе. В 1970-е гг. кроме пятилетних планов развития народного хозяйства, разрабатывалась комплексная программа научно-технического прогресса, включающая разделы по союзным республикам. В разработке этого документа принимали участие до 500 научно-исследовательских институтов.

Объединение науки и производства позволило сократить время от создания до реализации научных решений. Расчет научных учреждений Министерства сельского хозяйства СССР показали эффективность крупных сельхозпредприятий. Исследователи внедрения результатов научных достижений в производстве отмечают, что за счет роста производительности труда достигнуто более 50 % прироста выпуска всей продукции [1].

Особенность современной переходной экономики в России такова, что произошло нарушение сложившихся отношений науки и производства за прошлые десятилетия. С 1991 по 1995 годы началось резкое падение макроэкономических показателей, произошло сокращение объемов производства (особенно в обрабатывающих производствах и сельском хозяйстве), сократилось число предприятий [2, с.33]. К 2015 году, начиная с 1991 года, экономика России потеряла в основных показателях: объемы валового продукта сократились в 1,7 раза, промышленной продукции – более чем в 2 раза, продукции сельского хозяйства – в 1,8 раза, объемы капитальных вложений – в 3,5 раза, доходы населения – в 2,7 раза [3, с.66-75].

Произошла неконтролируемая приватизация рентабельных предприятий: уже к 2013 году в частных руках оказалось 82% основных фондов, когда во многих Европейских странах доля государства в аналогичном показателе составляет 60%.

В результате передачи более 100 млн га пашни от колхозов и совхозов частному сектору, к 2018 году (с 1990 года) в сельхозпроизводстве не достигнуты показатели выпуска основных видов сельскохозяйственной продукции, произошла деиндустриализация производства. Например, в Ульяновской области результаты приватизации в сельском хозяйстве таковы: сокращение в десятки раз тракторов и комбайнов всех назначений (зерноуборочных, свеклоуборочных и др.), выведение из оборота более 45%

пашни, утрата животноводческих комплексов мясного и молочного назначения, сокращение числа специалистов агротехники и др.

Приведенные тенденции развития экономики страны и региона объясняют сложившуюся на данный момент структуру занятости населения по видам экономической деятельности. Продолжает снижаться численность работников в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве. Хотелось бы думать, что это результат влияния научно-технических рекомендаций в производстве, но инвестиции на научно-исследовательские, опытно-конструкторские разработки и технологические работы так же сокращаются.

Следует отметить, что после длительного отсутствия финансирования из федеральных источников, были введены так называемые гранты на финансирование фундаментальных разработок (РФФИ). Но, во-первых, размеры этого вида федерального финансирования очень мал и его получение затруднено сложностью обоснования, и во-вторых, этот фонд не предназначен для финансирования работ опытно-конструкторских работ и совершенствования технологии производства на предприятиях.

Национальный проект «Наука» предусматривает направление из федеральных фондов значительных инвестиций, в том числе на создание научно-исследовательских центров и научных лабораторий. При этом Правительство предполагает, что основные затраты на развитие на предприятиях опытно-конструкторских работ и работ на реализацию мероприятий по технико-технологическому и организационно-управленческому совершенствованию деятельности будут финансироваться самими предприятиями из средств чистой прибыли. Собственники предприятий должны будут существенно ограничить вывоз капитала за рубеж. Работу по регулированию данных процессов Правительство РФ может возложить на региональные органы управления как заинтересованного субъекта экономики территории.

### ***Список литературы***

1. Кузнецов, В.В. Повышение эффективности производства на основе ускорения внедрения достижений науки и техники: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / В.В. Кузнецов; ЦНИИТмаш; Моск. ин-т нар. хоз-ва им. Плеханова; науч. рук. А.С. Толстых. – М., 1973. – 26 с.

2. Кузнецов В.В. Национальные проекты по развитию социально-экономических систем России: учебное пособие / В.В. Кузнецов, М.В. Рыбкина, И.С. Большухина. – Ульяновск: УлГТУ, 2021. – 114 с.

3. Основы государственного и муниципального управления: учебное пособие / В.В. Кузнецов, М.В. Рыбкина, И.С. Большухина. – Ульяновск: УлГТУ, 2018. – 114 с.

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ: ПОДХОДЫ И КЛАССИФИКАЦИЯ

М.А. Лапина, магистр  
Тюменский индустриальный университет

***Аннотация.** В статье рассматриваются подходы, на которых может базироваться технологическая стратегия: рыночный, ресурсный и динамический. В рамках каждого подхода представлена классификация технологических стратегий.*

***Ключевые слова:** стратегическое управление, технологическое развитие, технологическая стратегия компании, подходы к технологической стратегии.*

Целостный вклад в концепцию технологической стратегии обеспечивается за счет комплексных подходов к технологической стратегии. Они подразделяются на подходы, основанные на рыночном взгляде на стратегию, на ресурсном взгляде на стратегию и подходах, ориентированных на более динамичное рассмотрение технологической стратегии.

### 1. Рыночный подход к технологической стратегии.

Рыночный, позиционирующий или иерархический подход к технологической стратегии делает упор на разработке и поддержании общих технологических стратегий или стратегических технологических позиций, которые поддерживают общую бизнес-стратегию при ее реализации. Общими атрибутами данного подхода являются иерархическая, нисходящая перспектива от корпоративных к функциональным стратегиям, а также использование матриц портфелей и инструментов для определения предпочтительных стратегических позиций конкурентного преимущества.

Сущность рыночных подходов к технологической стратегии заключается в следующем: если технология поддерживает достигнутые или занимаемые в настоящее время конкурентные преимущества, компании следует либо расширить существующее положение в технологии, либо занять начальную позицию в новой технологии. Если технология не поддерживает текущую бизнес-стратегию, компании следует рассмотреть возможность не включать ее в свой технологический портфель.

В таблице 1 выделены общие технологические стратегии в рамках рыночного подхода к технологической стратегии. Большинство представленных общих технологических стратегий связаны либо со сроками принятия технологии, либо с уровнем приверженности технологии.

Таблица 1 – Классификация технологической стратегии в рыночном подходе

| Автор   | Виды технологических стратегий   |
|---|--|
| Х. И. Ансофф, Дж. М. Стюарт                               | - Стратегия лидера;<br>- следование за лидером;<br>- прикладная инженерия;<br>- подражание   |
| М. А. Майдик, П. Патч                                     | - «Первый на рынке»;<br>- «второй на рынке»;<br>- «поздний на рынке»;<br>- сегментация рынка   |
| В. В. Зоргибель   | - Общее технологическое лидерство;<br>- общее лидерство по затратам;<br>- лидерство в конкретных (определенных) технологиях<br>- лидерство в конкретных затратах |
| М. Портер   | - Технологическое лидерство;<br>- технологический последователь  |
| К. Паппас   | - «Ставка»;<br>- «сворачивание»;<br>- «получение наличных»;<br>- «дилемма»   |
| Р. Перилье  | - Технологическое лидерство;<br>- технологический последователь  |
| Э. Зан  | - Пионерская стратегия;<br>- имитационная стратегия;<br>- нишевая стратегия;<br>- стратегия сотрудничества   |
| А. Д. Литтл, К. Н. Саад, П. А. Руссель, К. Тиби, К. Флойд | - Создание технологии;<br>- развитие технологии;<br>- поддержание технологии;<br>- восстановление технологии;<br>- выборочное инвестирование в технологии        |

## 2. Ресурсный подход к технологической стратегии.

В отличие от рыночного подхода к технологической стратегии, ресурсный подход основывается на уже существующих ресурсах и материально-технической базе организации как на отправной точке для создания или корректировки технологической стратегии компании.

Данный подход основывается на том, что свойственные конкретным предприятиям факторы, такие как компетенция компании и ее ресурсная база, являются источниками конкурентных преимуществ, с помощью которых компании отличаются друг от друга.

Ресурсный подход к технологической стратегии имеет следующие особенности: во-первых, поскольку технология считается потенциальным источником устойчивого конкурентного преимущества, технологическая стратегия должна также искать технологии, выходящие за рамки текущих корпоративных и бизнес-стратегий и выходящие за рамки непосредственных границ отрасли. Во-вторых, технологическая стратегия должна также искать дополнительные возможности использования уже освоенных технологических компетенций, которые выходят за рамки существующих продуктов, рынков и

отраслей и, следовательно, за пределы действующих в настоящее время стратегий. Эти два аспекта дополняют более традиционный рыночный аспект, заключающийся в том, что существующие технологические активы и все исследования, разработки и инженерные работы должны быть оптимизированы для текущей стратегии компании.

Ресурсный подход рассматривает технологическую стратегию как двусторонний процесс согласования между корпоративной и бизнес-стратегией, технологической базой и портфелем компании. Общие технологические стратегии, основанные на ресурсных подходах, связаны с уровнем и формой предполагаемой технологической компетенции и ноу-хау. В таблице 2 обобщены общие технологические стратегии, основанные на ресурсных подходах.

Таблица 2 – Классификация технологической стратегии в ресурсном подходе

| Автор                       | Виды технологических стратегий   |
|-----------------------------|--|
| Д. Битондо, А. Л. Фроман    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Изобретатель технологии;</li> <li>- технологический новатор;</li> <li>- поставщик технологий;</li> <li>- «избегатель» технологий</li> </ul>   |
| Р. А. Гудман, М. В. Лоулесс | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Поиск технологических продуктов;</li> <li>- упреждение;</li> <li>- производственная эффективность;</li> <li>- предпочтение производителя;</li> <li>- гибкость производства;</li> <li>- продуктовый новатор;</li> <li>- вертикальная интеграция;</li> <li>- дополнительная технология</li> </ul> |
| Р. Х. Хейс, Г. П. Пизано    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Низкая стоимость;</li> <li>- высокое качество;</li> <li>- быстрый ответ</li> </ul>  |
| К. Фриман, Л. Соете         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Оборонительная;</li> <li>- подражательная;</li> <li>- наступательная;</li> <li>- оппортунистическая;</li> <li>- традиционная;</li> <li>- зависимая</li> </ul>   |
| В. Кьеза, Р. Манзини        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Углубление компетенций;</li> <li>- поддержание компетенций;</li> <li>- дополнение компетенций;</li> <li>- разрушение компетенций;</li> <li>- обновление компетенций</li> </ul>  |

### 3. Динамичный подход

Хотя многие ученые в области технологической стратегии промышленных организаций обычно подчеркивают влияние технологических изменений и инноваций как определяющих факторов отраслевой структуры и конкурентного преимущества, предлагаемые концептуальные модели технологической стратегии редко отражают закономерности динамических изменений в технологической стратегии компании с течением времени [2, с.



141]. Динамичный взгляд на технологическую стратегию имеет два основных значения: концепция технологической стратегии не рассматривается как статическая позиция, а наблюдается с течением времени, а также внутренние и внешние изменения в технологическом контексте компании со временем могут влиять на эффективность и результативность стратегической увязки с технологической стратегией.

В то время как большинство предлагаемых концепций технологической стратегии сосредоточены на установлении и поддержании стратегической совместимости с текущими бизнес-стратегиями и корпоративными стратегиями в функциональных областях исследований, разработок, инжиниринга и производства, есть некоторые научные статьи, в которых исследуются и наблюдаются различные динамические аспекты технологических стратегий в компаниях. Хотя нет согласованной и последовательной программы исследований, несколько авторов придумали понятие динамической технологической стратегии [1, с. 111]. Это понятие динамической технологической стратегии в первую очередь отражает усилия по переносу идей недавних исследований в области стратегического управления, таких как динамические возможности, стратегическая гибкость и стратегические направления, в концепцию технологической стратегии. Существует четыре различных группы динамических взглядов на технологическую стратегию:

- технологическая стратегия как стратегия реагирования;
- технологическая стратегия с эволюционной точки зрения;
- динамическое стратегическое планирование технологической стратегии;
- технологическая стратегия как портфель и последовательность вариантов.

Несмотря на то, что между рассмотренными подходами есть существенные различия, разработка концепции технологической стратегии компании может включать в себя различные элементы рассмотренных подходов по следующим категориям:

- решения и содержание технологической стратегии: каково содержание технологической стратегии компании и какие стратегически важные технологические решения в ней принимаются?
- формулировка и методология технологической стратегии: как технологическая стратегия формулируется в компании и какие инструменты, методы и инструменты для этого используются?
- организация технологической стратегии: как технологическая стратегия интегрируется в организационную структуру, процессы и функции компании?
- технологической стратегическое лидерство и корпоративная культура: как формирование и реализация технологической стратегии осуществляются в компаниях и как это связано с их корпоративной культурой?
- формирование и изменение технологической стратегии: как развивалась технологическая стратегия компании и как она будет развиваться в будущем?

Таким образом, представленные выше элементы взаимосвязаны и не являются независимыми, при этом они представляют разные области в рамках

общей концепции технологической стратегии, которые каждая компания определяет для себя.

### **Список литературы**

1. Chiesa V., Manzini R. 1998a: Towards a Framework for Dynamic Technology Strategy, in: Technology Analysis & Strategic Management 10 (1), 111-129.
2. Hamilton W.F. 1990: The dynamics of technology and strategy, in: European Journal of Operational Research 47 (2), 141-152.

УДК 657.372.5

## **МЕРЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ СТОИМОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Г.Т. Манукян, к.э.н., доцент, старший научный сотрудник  
Институт экономики им. М. Котаняна Национальная  
Академия Наук, Республика Армения, г. Ереван**

***Аннотация.** Одним из наиболее важных шагов в процессе оценки организации является разработка и реализация мер по ее увеличению. На основе исследования в статье описаны шаги, необходимые для управления стоимостью компании, в частности, определение стратегии и ключевых факторов роста, сбор ключевых показателей, мониторинг, система контроля, система мотивации, ориентированная на управление стоимостью. При этом были приняты меры, которые могут способствовать увеличению стоимости компании.*

***Ключевые слова:** стоимость компании, стратегия, мотивация, репутация компании, оптимизация затрат, инвестиционная привлекательность*

Оценка стоимости компании – это маркетинговый и финансовый инструмент для корректировки развития бизнеса, выполнения рациональной деятельности, согласования ключевых целей, повышения эффективности управления, разработки инвестиционного плана, разработки краткосрочного стратегического плана, реорганизации организации, проведения сделок купли-продажи, покупки акций акционеры компании [1, с. 51].

Нынешнее нестабильное состояние экономики Армении, которое в основном обусловлено напряженной политической, экономической и социальной ситуацией в нашей стране, требует, чтобы участники процесса оценки бизнеса были гибкими, легко адаптировались к внешним условиям и избегали рыночных колебаний. Актуальной задачей является изучение основных характеристик подходов к оценке стоимости предприятия.

При этом вопросам оценки уделялось недостаточное внимание. При проведении оценочных работ в армянском бизнесе не всегда проводится

комплексная объективная оценка объекта. В мировой практике используются разные подходы к оценке предприятия, но каждый из них имеет свои особенности и требует некоторого уточнения, и в этом случае следует применить тот или иной подход.

Оценка бизнеса необходима для приобретения или продажи продукции, четкого представления о стоимости активов, получения информации о перспективах компании на рынке товаров и услуг, реализации инвестиционного плана развития бизнеса, определения приоритетов долгосрочного плана развития, повышение эффективности управления, налогообложения, страхования, финансовых рисков. для других целей: уменьшение, арендная плата, выкуп акций, оценка торговой марки и т. д [2, с. 27]. Чтобы управлять стоимостью компании, необходимо несколько важных шагов.

1. Стратегия и основных факторов роста определение. Первый шаг – понять, как компания может повысить свою рыночную стоимость. Для одних решением было бы увеличить оборот, а для других - получить прибыль. Не существует конкретного ограниченного индикатора, который можно было бы использовать для оценки текущей стоимости компании. Подавляющее большинство предприятий придерживаются классических финансовых показателей: финансовый рычаг, прибыль, оборот, активы, рентабельность и т. д. Но в то же время разные факторы стоимости компании играют решающую роль для бизнеса в разных условиях. Самое главное – понять основные факторы роста компании. Так что нет индикаторов, которые одинаково хороши для всех.

2. Создание системы сбора, мониторинга и контроля ключевых показателей. Такая система не всегда автоматизирована. Каждая компания должна представить тот самый механизм, под который она готова и адаптирована на данном этапе.

3. Создание мотивационной системы, ориентированной на управление ценностями. Управление стоимостью компании во многом будет зависеть от мотивации и заинтересованности управленческого персонала. Система мотивации всегда должна соответствовать текущим приоритетам предприятия. Управление стоимостью будет эффективным, когда вы соедините краткосрочные и долгосрочные перспективы компании, найдете баланс между продажами и эффективностью.

Чтобы максимально увеличить стоимость компании, необходимо использовать инструменты. Меры по увеличению стоимости компании способствуют ее росту. Как таковые:

1. Построение уровня бизнеса компании, способного существенно повлиять на потенциальных партнеров инвесторов.

2. Разработка четкой и реалистичной стратегии дальнейшего развития компании. Стратегия должна быть направлена на повышение конкурентоспособности и устойчивости бизнеса. Разработка бизнес-стратегии невозможна без глубокого анализа текущей деятельности компании и ее реальной стоимости. Необходимо выделить операционную, инвестиционную, финансовую и маркетинговую стратегии. Благодаря операционной стратегии снижаются производственные затраты, совершенствуются технологии,

активируется использование внутренних резервов. Инвестиционная стратегия обеспечит снижение уровня резервов, улучшение процесса погашения кредиторской задолженности, расширение производственных мощностей, улучшение планирования капитальных вложений, продажу нецелесообразных активов. Финансовая стратегия основана на формировании оптимальной структуры капитала с учетом стоимости источников фондирования, снижая бизнес-риски. Маркетинговая стратегия описывает и анализирует жизненный цикл продукта, объем продаж, стоимость, цены товаров и услуги, прогнозируемое изменение спроса, будущие объемы продаж с учетом дальнейших инвестиций в производственные мощности. Основными направлениями маркетинговой стратегии являются проникновение на существующий рынок одного и того же продукта, развитие рынка за счет создания новых сегментов, разработка или модернизация принципиально новых продуктов, диверсификация производимой продукции для формирования новых рынков.

3. Обеспечение контроля над оборотными и внеоборотными активами.

4. Разработка эффективной системы менеджмента. Для повышения жизнеспособности и конкурентоспособности компании необходимо регламентировать управление и бизнес-процессы, обеспечить максимальную прозрачность процедур, изучить организационную структуру компании, обучить сотрудников, разработать качественную систему мотивации.

5. Оптимизация затрат, которая должна быть организована за счет эффективного оперативного управления, контроля за объемом продукции, услуг и качеством предоставляемых компанией.

6. Обеспечить управление бизнесом системой менеджмента качества.

7. Разработка оптимального соотношения собственного капитала к заемному капиталу.

При определении его новой стоимости после мер, принятых на организационном уровне, необходимо учитывать прямые, косвенные экономические и политические выгоды. Прямая выгода заключается в увеличении денежного потока организации за счет оптимизации затрат, укрепления позиций на рынке, внедрения новых систем управления и привлечения более дешевых источников финансирования. Косвенная экономическая выгода обусловлена увеличением рыночной стоимости акций компании, увеличением денежных потоков за счет обмена.

Таким образом, для увеличения стоимости организации руководящий орган должен сосредоточить внимание на следующих ключевых компонентах: эффективность производства (сюда входит объем и качество продукции, активы, темпы роста, прибыльность), отношения между акционерами и кредиторами, система мотивации управления стоимостью, прозрачность отчетов и уровень интеграции с рыночной инфраструктурой.

### Список литературы

1. Գ. Մանուկյան «Ճգնաժամային կառավարումը և տեխնոլոգիաները» գիտ. հանդես թիվ 16, Եր.: ՀՀ ԱԻՆ «Ճգնաժամային կառավարման պետական ակադեմիա» ՊՈԱԿ, 2020, էջ 51-56.
2. Манукян Г. Передовое развитие современной науки: опыт, проблемы, прогнозы: сб. статей Международной научно-практической конференции (21.06.2020 г.). – Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2020. – С. 24-27.
3. Бусов В.И., Землянский О.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебник для академического бакалавриата. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2018. – 382 с.

УДК 338.2:338.124:330.1(470+571)

## ОЦЕНКА ЗАРУБЕЖНЫХ АНТИКРИЗИСНЫХ МЕР ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИМ КРИЗИСАМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Д.В. Манушин, к.э.н., доцент

Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

*Аннотация.* В статье проведен обзор зарубежных антикризисных мер по преодолению пандемии COVID-19. Оценена необходимость реализации этих мер. Предложены меры по использованию опыта иностранных государств в России по борьбе с коронакризисом (в т.ч. развитие благотворительности).

*Ключевые слова:* кризисы, макроэкономика, иностранные государства, антикризисные мероприятия, борьба с пандемией, благотворители

В настоящее время, после реализации большей части антикризисных мер, важно оценить необходимость их осуществления в период пандемии COVID-19. Актуальность этого исследования подтверждает то, что для зарубежных антикризисных мер, в отличие от российских, это еще не сделано.

В процессе работы обобщены антикризисные меры США, стран Европы и Азии по борьбе с пандемией, сделанные учеными [1] и экспертами [2].

В США на реализацию антикризисных мер выделено 12,4% от ВВП. Так, ими предоставляются целевые возвратные кредиты малому бизнесу на финансирование фондов оплаты труда на 10 лет с максимальной ставкой 4% годовых. Малые фирмы могут безвозмездно получить 10 тыс. долл., получить невозвратный кредит для погашения ранее взятых кредитов, отсрочку уплаты подоходных налогов до 2021 г. и вернуть 50% налогов с зарплаты, а если они выполняют госзаказ, то получить компенсацию части расходов и продление сроков работы. Средний бизнес в США может получить отсрочку по уплате налогов и кредит под 2% годовых для сохранения 90% рабочей силы и поддержки текущих операций. Будут поддержаны инфекционные больницы. При этом увеличены на 600 дол. в неделю выплаты безработным до 31 июля

2020 г. Гражданам США будет дана отсрочка по оплате налогов и аренды жилья, оплата больничных (на 2 недели) и единовременная помощь (лишь малообеспеченным гражданам до 1200 долл. Малообеспеченным семьям дан доступ к бесплатному питанию детей. ФРС США снизила ключевую ставку с 1,75% до 0-0,25%, объявила о скупке своих ценных бумаг, выдала банкам США займы на 1,5 трлн долл. Поддержаны крупнейшие предприятия США (около 420 публичных компаний).

В **Китае** пакет фискальных мер оценивается МВФ в 2,5% от ВВП. В Китае поддерживаются госбанки, которые должны предоставить доступные кредиты предприятиям; выпускаются государственные облигации; предлагаются отсрочки по погашению кредитов; вводится мониторинг объемов, наличия и цен социально значимых товаров; поддерживаются безработные (в т.ч. мигранты) и граждане, находящиеся за чертой бедности; внедряются и развиваются всевозможные онлайн сервисы. При этом поощряются провинции в области субсидирования оплаты труда, освобождения предприятий от уплаты налогов, социальных взносов и участия в программах страхования.

В **Германии** стоимость антикризисных мер оценена в 23% от ВВП. Так, создаются кредитные программы для предпринимателей, стартапов и МСП, направленные на сохранение и создание рабочих мест, оборотных активов. При этом введен мораторий на банкротство; отсрочки по уплате налогов, взносов, кредитов и арендной платы; предоставляются госгарантии по кредитам; компенсированы потери зарплаты и страховых взносов работников переводимых на сокращенную занятость; оплачивается больничный (6 недель); субсидировано переобучение сотрудников (в т.ч. в рамках цифровизации); поддерживаются безработные и самозанятые. Кроме того, планируются расходы на медицинское оборудование, повышение вместимости больниц и разработку вакцины.

Форбс оценивает пакет антикризисных мер **Англии** в 16% от ВВП. Так, предоставлена прямая и косвенная поддержка благотворительным организациям. Банк Англии снизил процентную ставку до 0,1%, будет выкупать корпоративные краткосрочные долги (у крупных компаний, доказавших, что они были финансово стабильными до начала пандемии) и поддерживать банки, кредитующие бизнес. Средним и малым компаниям будут предоставлены кредиты с субсидированием выплат государством в течении первого года, гранты и ссуды. Предприятиям предоставлены отсрочки по налогам. Организациям из секторов розничной торговли, гостиничных услуг и индустрии отдыха снижены налоговые ставки на 2020 и 2021 гг., будет предоставлено льготное кредитование, в т.ч. беспроцентные займы. В течении минимум трех месяцев будут финансироваться 80% зарплаты работников (но не более 2500 фунтов стерлингов в месяц), не имеющих возможности работать в связи с эпидемией, при условии сохранения компанией данного работника в штате. Гражданам будет оплачиваться больничный (2 недели), пособие по безработице, предоставляться кредиты. Детям будут даны ваучеры на питание в размере 15 фунтов стерлингов в неделю.

Во **Франции**, по оценке Форбс, стоимость антикризисных мер составит 14% от ВВП. Эти меры предполагают предоставление госгарантий по кредитам; приостановку платежей по счетам за воду, газ, электричество и аренду для малых, микропредприятий и индивидуальных предпринимателей; информирование фирм о лучшем опыте оптимизации работы компаний в период пандемии; поддержку яслям; отсрочку по выплате налогов и страховых взносов; поддержку работников, переведенных на неполную занятость; оплату больничных (до 20-ти дней); единовременную выплату 1,5 тыс. евро микро-, малым предприятиям и самозанятым, если их годовой оборот не выше 1 млн евро и они потеряли 70% своего бизнеса в марте 2020 г. по сравнению с мартом 2019 г.

Для остальных стран перечисляются только нестандартные меры, отсутствующие среди вышеизложенных. В **Испании** (цена всех мер по оценке МВФ 2% от ВВП, а по оценке Форбс 16% от ВВП) создается чрезвычайный резервный фонд для поддержки социальных услуг, оказываемых пожилым людям и иждивенцам; поощрен оплачиваемый отпуск на период карантина (60% от зарплаты в день); региональным бюджетам разрешено осуществлять переводы между бюджетными статьями; поддержка едой (с доставкой) и гигиеническими наборами бездомных и граждан потерявших работу в период коронавируса; предотвращение внешнего (за пределами ЕС) поглощения испанских стратегических компаний. В **Италии** (цена всех мер по оценке МВФ 26,5% от ВВП, а по оценке Форбс 20% от ВВП) предоставляются экспортные кредиты; запрещено увольнять сотрудников; период карантина засчитывается как болезнь; выдается ваучер от 1000 до 600 евро на оплату услуг няни медработникам и иным гражданам (при наличии ребенка до 12 лет). В **Нидерландах** (МВФ оценил все меры в 1-3% от ВВП) временно снизили ставку налогов для предпринимателей до 0,01%. В **Дании** (размер господомощи по оценкам МВФ 2,6% от ВВП, а по другим источникам около 13% от ВВП) компании, которым было приказано закрыться (рестораны, парикмахерские), получают от правительства 100%-ю компенсацию регулярных издержек за 3 месяца. В **Швеции** (по разным оценкам размер господдержки от 6 до 13,3% от ВВП) субсидирование арендной платы для значительно пострадавших компаний (до 50%); индивидуальным предпринимателям, пострадавшим от мер сдерживания COVID-19, вернут 100% налога на прибыль уплаченного за 2019 г.; все организации смогут вернуть налоги за первую половину 2020 г.; уволенные сотрудники получают бесплатный доступ к программам обучения (как в области профессионального, так и высшего образования). В **Греции** компании могут выбрать либо отсрочку уплаты налогов, либо снижение налоговой ставки на четверть. В **Ирландии** предоставляются гранты для создания инноваций, диверсификации рынков и цепочек поставок.

В странах Азии больше уникальных мер господдержки, чем в странах Европы. Так, в **Японии** (стоимость всех мер – 20% от ВВП) планируется расширение программ беспроцентного кредитования; субсидии на покупку оборудования, повышение эффективности работы и внедрении ИТ; бесплатное предоставление одной многоразовой маски каждому жителю Японии;

временное снижение НДС; раздача купонов на товары первой необходимости. В **Ю. Корее** (цена всех мер по оценке МВФ 1,5% от ВВП, а по оценке Форбс 3% от ВВП) снижены социальные взносы, уменьшены налоги на потребление автомобилей, для арендодателей, уменьшающих арендную плату коммерческим арендаторам, для самозанятых (снижен НДС); развивается онлайн платформа для экспортной торговли; дана отсрочка предприятиям по оплате электроэнергии; скидка на электрические приборы с высокой энергоэффективностью. В **Казахстане** (расходы по всем мерам составят от 12,2% до 15,8% от ВВП) предприятия и индивидуальные предприниматели освобождены от уплаты многих налогов, снижена ставка НДС с 12% до 8% для социально значимых продовольственных товаров до 1 октября 2020 г.; с 1 апреля до 1 июля 2020 г. вводится право незастрахованных граждан получать медицинскую помощь в системе обязательного социального медицинского страхования; с 1 апреля 2020 г. и на весь период действия ЧП и карантина снижены тарифы субъектов естественных монополий.

В России на реализацию антикризисных мер было выделено 4,7% от ВВП. При этом многие российские антикризисные меры были на уровне зарубежных стран или превосходили их (например, при сохранении в штате 90% сотрудников давались безвозмездные кредиты, а не под 2% годовых как в США). При этом было построено около 15 новых инфекционных больниц. Более того, как показала практика многие зарубежные меры оказались не нужными (например, прямая поддержка банков, реализуемая Китаем, Англией и США; прямая поддержка США крупнейших предприятий, которые фактически в ней не нуждались). Преимуществом российских антикризисных мер является и то, что многие из них направлены на развитие экономики, тогда как среди мер других стран преобладают меры, направленные на выживание.

В качестве недостатков отечественных мер следует назвать слабую поддержку российских индивидуальных предпринимателей и самозанятых, а также почти полное отсутствие мер, связанных с благотворительностью. В настоящее время обсуждается введение безусловного базового дохода для каждого россиянина. Эта мера представляется непродуманной, т.к. в ней не предусмотрены механизмы борьбы тунеядством и переходом к жизни на пособие.

Вместо этого лучше развивать государственные благотворительные организации, которые могли бы помочь жильем и продуктами людям попавшим в сложные жизненные ситуации. Важно создавать законы, позволяющие благотворительным организациям находиться на самообеспечении (например, обязать магазины и аптеки передавать благотворителям товары, сроки годности которых подходят к концу [3], снижать налоги для фермеров [4]). В период следующей пандемии созданную сеть благотворительных организаций уже можно поддержать деньгами, которые будут распределены среди самых нуждающихся граждан в виде продуктов, лекарств и предметов первой необходимости. Часть предложенных мер можно реализовать в форме инноваций [5] и государственно-частного партнерства [6, 7]. В целом же рекомендуется бороться с кризисами исходя из



их непрерывности (этот подход обоснован в других исследованиях [8-13]). Для этого нужно реализовывать поддержку предпринимателей, самозанятых и благотворителей не только в периоды явных, но и скрытых кризисов.

Все эти меры позволят лучше подготовиться будущим кризисам, если будут реализованы меры по обеспечению процесса их организации. Кроме того, важно исключить коррупцию [14-16], заложить основы этой работы в процессе получения образования [17], подключать к благотворительности пенсионеров [18] и создать условия, для повышения престижности благотворительности.

### ***Список литературы***

1. Баженова Т.А., Ворон О.В., Горват Е.С. и др. Обзор международной практики поддержки экономики и населения в условиях борьбы с пандемией коронавируса в Армении, Великобритании, Германии, Дании, Испании, Италии, Казахстане, Китае, Нидерландах, США, Финляндии, Франции, Швеции, Южной Корее, Японии. – URL: [https://isp.hse.ru/data/2020/04/29/1544579194/COVID-19\\_stimulus%20packages\\_countries260420.pdf](https://isp.hse.ru/data/2020/04/29/1544579194/COVID-19_stimulus%20packages_countries260420.pdf)

2. Кто во что горазд: как разные страны мира борются с кризисом // Новые известия. – URL: <https://newizv.ru/article/general/01-04-2020/kto-vo-chto-gorazd-kak-raznye-strany-mira-boryutsya-s-krizisom>.

3. Зачем финские магазины бесплатно раздают еду // Фонтанка.ру. – URL: <https://www.fontanka.ru/2018/04/26/108/>.

4. Safiullina A.M., Davydova I.S., Klimanova A.R., Ganeeva D.A. // The role of production costs in the management of poultry sector of the region Asian Social Science. 2015. Т. 11. № 11. С. 406-410.

5. Safiullin L.N., Fatkhiev A.M., Grigorian K.A. The triple helix model of innovation // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2014. Т. 5. № 18 SPEC. ISSUE. С. 203-206.

6. Мальгин В.А., Крамин Т.В., Тимирясова А.В., Гафурова Г.Т., Саглам Ф.А. и др. Государственно-частное партнерство в образовании: сущность, тенденции, социальная ответственность. – Казань: Познание, 2013. – 232 с.

7. Гафурова Г.Т. Опыт Индии в поддержке и развитии ГЧП // Актуальные проблемы экономики и права. – 2013. – № 3. – С. 52-57.

8. Манушин Д.В. Определение принципов государственного антикризисного управления экономикой России // Актуальные проблемы экономики и права. – 2012. – № 1. – С. 92-97.

9. Манушин Д.В. Определение функций антикризисного управления российской экономикой // Актуальные проблемы экономики и права. – 2012. – № 3. – С. 130-135.

10. Манушин Д.В. Определение этапов антикризисного управления в России на макроэкономическом уровне // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 20. – С. 13-23.

11. Манушин Д.В. Современная классификация макроэкономических кризисов // Финансы и кредит. – 2013. – № 2. – С. 35-46.

12. Манушин Д.В. Современная классификация российских государственных антикризисных мероприятий // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2011. – № 2. – С. 35-42.

13. Манушин Д.В. Современные виды государственного антикризисного управления макроэкономикой // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 40. – С. 15-27.

14. Агеев В.Н., Агеева О.В., Бикеев И.И., Бикмухаметов А.Э., Кабанов П.А., Юсупов И.М. и др. Антикоррупционная экспертиза нормативных правовых актов и их проектов. Терминологический словарь. – Казань, 2010. – 148 с.

15. Сергеев Д.А. Основные направления «цифровизации» планирования закупок в контрактной системе // Вектор развития управленческих подходов в цифровой экономике. Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова. – Казань: Познание, 2020. – С. 208-212.

16. Манушин Д.В. Проблемы антикоррупционного и антикризисного управления российской экономикой и меры по их решению: институциональный аспект // Актуальные проблемы экономики и права. – 2014. – № 1. – С. 56-65.

17. Саглам Ф.А., Скоробогатова А.И. Принципы управленческого контроля в образовательной организации // Педагогическое образование и наука. – 2019. – № 3. – С. 89-94.

18. Ванюхина Н.В. Мотивы учения студентов «университета третьего возраста» // Карельский научный журнал. – 2014. – № 1 (6). – С. 48-51.

УДК 65.01

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

**М.С. Милованова**

**Новосибирский государственный университет экономики и управления**

***Аннотация.** Настоящая статья посвящена изучению конкурентоспособности персонала как основы эффективной деятельности организации. Представлены наиболее популярные методики оценки персонала, приемлемые для оценки конкурентоспособности работников, в целях реализации целей и задач организации. Рассмотрен методический подход к оценке конкурентоспособности персонала, носящий универсальный характер, обладающий способностью применения в организациях независимо от формы собственности и направления деятельности.*

***Ключевые слова:** конкурентоспособность персонала, рынок труда, оценка конкурентоспособности, методы оценки, повышение эффективности деятельности организации.*

Под конкурентоспособностью персонала понимают показатель, характеризующий совокупность всех имеющихся возможностей работников организации, который позволяет предприятию осуществлять эффективную хозяйственную деятельность в имеющихся производственно-экономических условиях, обеспечивая создание и реализацию продукции\работ\услуг по своим характеристикам более привлекательной для потребителей, чем продукция конкурентов [3, с. 370].

В современных условиях, характеризующихся финансовым кризисом, высокой конкуренцией, работой в условиях пандемии COVID-2019, развитие и сохранение высокой конкурентоспособности персонала является одним из основополагающих факторов уверенного и финансово стабильного положения организации на рынке. При этом, не зависимо от формы собственности и сферы деятельности организации, ее месторасположения, все большее значение отводится оценке конкурентоспособности персонала, как процессу, интегрированному в стратегию развития организации.

На практике оценка конкурентоспособности персонала понимает под собой анализ и диагностику как качественных, так и количественных показателей, с помощью которых можно:

- дать характеристику уровня развитости конкурентоспособности работников;
- определить уровень развития способностей и возможностей работников;
- выявить причины недостаточной сформированности конкурентоспособности работников с целью реализации целей и задач организации [2, с. 60].

Основные методы оценки персонала, приемлемые, в том числе и для оценки конкурентоспособности, можно сгруппировать следующим образом, представленным в таблице 1.

Таблица 1 – Методы и подходы к оценке конкурентоспособности персонала организации [1]

| Подходы  | Инструментальный   | Экспертный               |
|--|--|--------------------------|
| Методы   | Аттестация   | Ассесмент-центр          |
|  | Тестирование   | Метод «360 градусов»     |
|  | Оценка на основе моделей компетенций                       | Экспертные оценки        |
|  |  | Самооценка               |
|  | Метод анкет  | Метод стандартных оценок |
| Performance management (PM) – управление результативностью и др. | Сравнительный метод  |                          |
|  | Управление по целям (MBO – management by objectives) и др. |                          |

При использовании инструментального подхода, оценка персонала проводится посредством инструмента, то есть с использованием тестов, анкеты, модели и т.д. Экспертный подход подразумевает под собой оценку персонала организации по заданным параметрам с привлечением экспертов (руководителей, специалистов и т.д.). В большинстве случаев методы каждого

из подходов применяются одновременно, так как между ними существует взаимосвязь, а деление является условным.

При процедуре оценки конкурентоспособности работников целесообразно придерживаться общего алгоритма, представленного на рисунке 1.

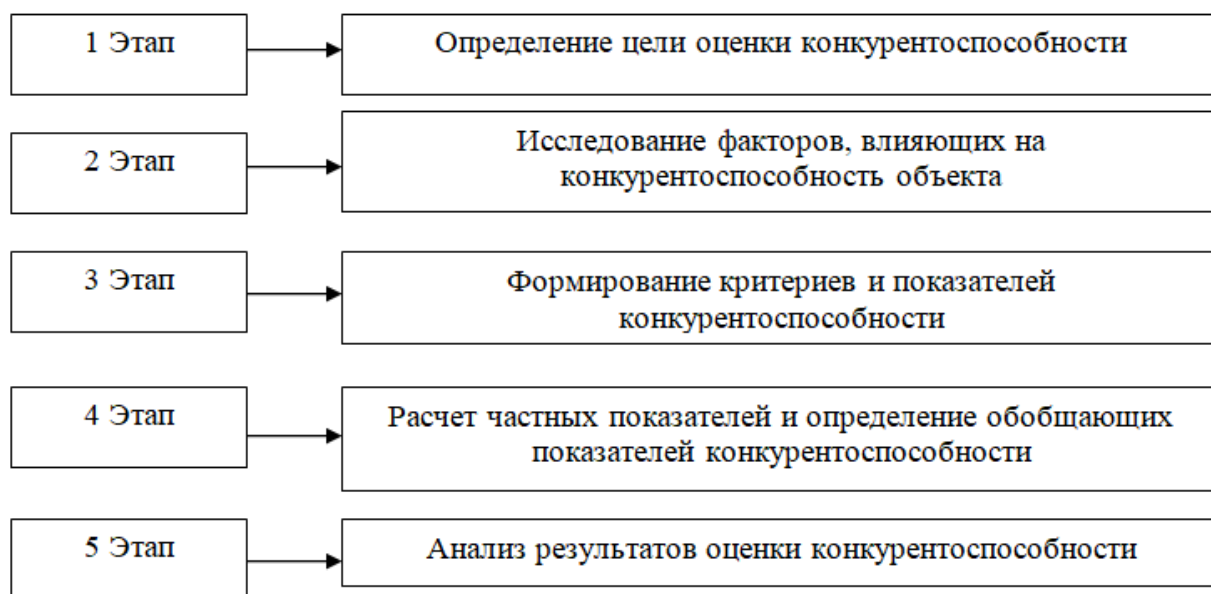


Рисунок 1 – Алгоритм оценки конкурентоспособности персонала с целью повышения эффективности деятельности организации

Представленные на рисунке 1 этапы оценки конкурентоспособности персонала, подразумевают использование частных и определение обобщающих показателей ее оценки в целях повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации. Учитывая, что конкурентоспособность персонала является величиной, способной подвергаться изменениям в течение времени, то использование данного алгоритма может способствовать управлению ею посредством воздействия на соответствующие квалификационные и личностные составляющие.

Таким образом, конкурентоспособность персонала - показатель, характеризующий совокупность всех имеющихся возможностей работников организации, способный оказывать прямое влияние на эффективность деятельности хозяйствующего субъекта в существующих условиях. Оценка конкурентоспособности персонала дает возможность увеличить потенциал и конкурентоспособность организации в целом, снизить количество неверных допущений и критических ошибок при работе с персоналом. Для повышения эффективной деятельности организации, не зависимо от ее формы собственности, сферы деятельности, месторасположения, все большее значение должно отводиться оценке конкурентоспособности персонала, как процессу, интегрированному в стратегию развития организации.

### **Список литературы**

1. Литвиненко М.С. Методический подход к оценке конкурентоспособности работников // Экономика труда. – 2021. – Том 8. – № 4. – С. 423-442.
2. Ли Жуньнань Конкурентоспособность персонала на предприятии: сущность и классификация факторов формирования // Социология. – 2018. – № 4. – С. 58-62.
3. Микульчик К.Д. Оценка конкурентоспособности персонала предприятия // Молодой ученый. – 2016. – № 5 (109). – С. 370-372.
4. Смирнов Е.Н. Конкурентоспособность трудовых ресурсов предприятия в иерархии понятий конкурентоспособности // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2020. – № 9. – С. 118-121.

УДК 328.185

## **ФЕНОМЕН КОРРУПЦИИ И ВЗЯТОЧНИЧЕСТВА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

**Ю.М. Митьковец, студент**

**Т.К. Наплёкова, старший преподаватель**

**Новокузнецкий институт (филиал) ФГБОУ ВО «Кемеровский  
государственный университет»**

*Аннотация.* В статье рассмотрена проблема феномена коррупции и взяточничества, связанная с социальной и политической деятельностью в современном обществе, показана деятельность крупных коррупционеров XXI века.

*Ключевые слова:* коррупция, взятка, взяточничество, феномен взяточничества, феномен коррупции.

В последнее время в средствах массовой информации всё чаще фигурирует такое понятие как «коррупция» и борьба с ней. В большинстве случаев при упоминании о коррупции называют фамилии государственных и муниципальных служащих, крупных бизнесменов, при этом называются размеры взяток, фигурирующих в деле.

В связи с этим, считаем целесообразно рассмотреть и выявить масштаб распространения феномена коррупции и взяточничества в современном обществе.

В ходе исследования мы столкнулись со всем известными терминами – коррупция и взятка. Определений данных дефиниций несколько, в целом, их суть можно свести к следующему. Коррупция – использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав, а также связанных с этим официальным статусом авторитета, возможностей, связей в целях личной выгоды, противоречащее законодательству и моральным установкам. Взятка – деньги или вещи, даваемые должностному лицу как подкуп, как

оплата преступных, караемых законом действий. Взятничество – должностное преступление, заключающееся в получении взяток.

Проанализировав различные источники, мы пришли к выводу, что основными видами коррупции являются:

1. Растрата – хищение чужого имущества, вверенного виновному.

2. Мошенничество – преступление, состоящее в получении имущественной выгоды посредством обмана.

3. Вымогательство – требование передачи денег, имущественных ценностей, сопровождаемое разного рода угрозами, обманом со стороны вымогателей.

4. Взятка – плата или подарок должностному лицу за незаконные действия в пользу дающего. При этом, взятка бывает двух видов: законная и незаконная. Особенно часто, тенденция законной взятки встречается в медицине, например, такая услуга как МРТ. Гражданин приходит в больницу, записывается в очередь и ждет несколько месяцев, однако вполне официально процесс по времени может быть ускорен за счет внесения оплаты за МРТ в кассу, тогда можно миновать долгую очередь и пройти обследование платно в более короткий срок. Но зачем люди сами носят взятки? Пусть все вопросы решаются в стандартном режиме по закону. Ведь люди сами провоцируют чиновников и служащих на преступление. Фактически, взятка – это всегда два преступника: кто даёт, и кто получает.

Часто в Интернет-заголовках, а так же в телевизионных новостях рассказывают о коррупционных действиях государственных служащих, бизнесменов и других граждан. Такие коррупционные действия всегда сопровождаются крупными суммами денег в миллионы, миллиарды рублей и долларов. С каждым годом прослеживается следующая закономерность: суммы взяток растут в арифметической и геометрической прогрессиях. Приведем примеры самых крупных и громких дел (табл. 1).

Таблица 1 – Крупные коррупционные преступления

| дата         | фигуранты дела  | украденная (вымогаемая) сумма  | результат (наказание)   |
|--------------|---|--|---|
| 26.11.2010г. | Зам. начальника отдела Московского межрегионального следственного управления Григорий Домовец | вымогательство взятки в размере 1,5 млн. долларов                    | Мосгорсуд приговорил виновного к трем годам колонии   |
| 04.03.2015г. | губернатор Сахалинской области Александр Хорошавин  | По данным следствия, общая сумма взяток составила 522 млн. долларов. | Суд приговорил к 13 годам лишения свободы с отбыванием наказания в колонии строгого режима. Осужденный должен выплатить штраф в 500 миллионов рублей. |

|              |  |  |   |
|--------------|--|--|---|
| 17.01.2012г. | сотрудник МВД Максим Каганский (Новосибирск).  | По версии следствия, преступник предложил руководству некой фирмы за 800 тысяч долларов «решить вопрос» о неуплате налогов | В августе 2013 года Хорошевский суд Москвы приговорил Максима Каганского к пяти годам и шести месяцам лишения свободы и штрафу в 400 тысяч рублей   |
| 09.09.2016г. | начальник управления антикоррупционного главка МВД России полковник Дмитрий Захарченко | Обвинение в получении двух взяток и препятствие следствию. Общая сумма 800 тысяч долларов                                  | Приговорен к 15 с половиной годам колонии строгого режима, назначен штраф в сумме 494 940 160 рублей и лишение звания полковника, наград и медалей. |
| 07.06.2019г. | заместитель мэра Якутска по развитию территории Василий Гоголев                        | Подозрение во взятке недвижимостью на 114 миллионов рублей   | Мера наказания не назначена, идет следствие   |

За последние 10 лет суммы взяток растут, а сроки и количество наказанных по статьям уменьшается. Если раньше за взятки были осуждены мелкие чиновники, депутаты и бизнесмены, то в наши дни все больше в рядах «взяточников» фигурируют работники антикоррупционных отделов МВД.

Также стоит отметить, что пленум Верховного суда России внес правки в свои постановления по делам о взяточничестве, коррупции и превышении должностных полномочий. С 2020 года скидки чиновнику будут считаться взяткой. Новые разъяснения расширили понятие взятки: под статью попадет не только классическое подношение в конверте, но любая форма расплаты с должностным лицом, в том числе электронными деньгами или даже какими-то услугами. Например, скидка в магазине или кафе чиновнику может быть засчитана как взятка, если начальник как-то отвечает бизнесменам любезностью на любезность.

Проанализировав различные Интернет-сайты и источники, мы пришли к следующим выводам:

1. Наиболее коррумпированными профессиями, по мнению большинства Интернет-пользователей и авторов различных публикаций, являются чиновники и госслужащие (42,3%), на втором месте полиция и другие структуры МВД(23,8%), судебная система и законодательную власть(16,5%), образование (5,3%), медицина (4,6%), политические партии (3,4%), СМИ (2,3%), бизнес (1,8%).

2. Несмотря на негативное отношение к взятке, большинство Интернет-пользователей, не против получить сами или готовы дать взятку, чтобы ускорить какой-либо процесс или решить какое-либо дело в свою пользу. Получается, что, с одной стороны, взятка – это аморально и недопустимо, с другой стороны, многие желают воспользоваться ей как реально действенным инструментом.

3. Большинство людей рассматривают понятия «коррупция» и «взятка» как взаимодополняющие категории, аргументируя, что где есть взятка, там есть коррупция, и наоборот.

4. Многие авторы Интернет-публикаций поднимают вопрос о том, как убрать коррупцию из жизни нашей страны. Печально, но многие не могут ответить на этот вопрос, некоторые говорят о том, что невозможно это сделать, а некоторые обвинят во всем власть, чиновников, государство и контролирующие органы.

Подведем итог, все осуждают коррупцию и взяточничество, но все хотят использовать их для разрешения своих проблем. Коррупция и взятка взаимосвязаны и взаимозаменяемые категории, большинство граждан не видят между ними разницы и соединяют их в единое целое. Люди всегда давали взятку и брали, и большинство это устраивает. Но винить же кого-то нужно, почему бы и не чиновников? Если бы люди не носили взятки, то никакой коррупции бы и не было, а если бы чиновники не вымогали эти взятки, то... Можно бесконечно философствовать на эту тему, но механизм коррумпированной машины запущен и в силах будущих поколений его исправить. Нам кажется, если каждый из нас переступит через свое желание хорошо жить «любим способом», на «по собственным силам и возможностям», у нас будет хорошее и, действительно, правовое государство.

#### **Список литературы**

1. Колечкина, И.П. Внутренний контроль в предупреждении и противодействии коррупции в организации / И.П. Колечкина, Т.К. Наплёкова // Проблемы современной экономики. – 2019. – № 04. – С. 65-67.

УДК33.331.1

### **РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ С ПОМОЩЬЮ ЭФФЕКТИВНЫХ HR-ИНСТРУМЕНТОВ**

**Н.А. Нечепуренко, студент**

**А.Д. Клименко, студент**

**Науч. рук-ль – д.э.н., профессор Н.А. Симченко**

**Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского**

*Аннотация.* В статье уточнено понятие корпоративной культуры и её ключевые составляющие. Рассмотрены основные инструменты, способствующие развитию корпоративной культуры организации. Была выяснена её основная роль в компании.

*Ключевые слова:* корпоративная культура, HR-инструменты, сотрудники, управление персоналом, метод 360 градусов, организация.

Современное общество, развивая свои цивилизационные характеристики, нуждается в изменении подходов в сфере HR. Социокультурное исследование



особенностей нынешнего общества приводит к выводу о превращении корпоративной культуры в инструмент целенаправленного управления персоналом. Таким образом, изучение корпоративной культуры становится актуальным в наше время.

Всё чаще учёные поднимают вопрос о воздействии корпоративной культуры на формирование компании. Эксперты-практики стараются применять современные подходы в создании конкурентоспособной культуры организации.

Необходимо понимать, что единственным исторически верным и разделяемым всеми образцом поведенческих норм является корпоративная культура. Следовательно, она должна и дальше передаваться новым членам компании как истинный метод восприятия, представления и отношения.

Корпоративная культура представляется в таких элементах, как:

- утверждённый дресс-код и стиль поведения;
- режим труда и отдыха;
- оформление и оборудование офиса;
- поощрение сотрудников;
- решения о найме и уровень текучести сотрудников;
- коммуникации внутри и за пределами коллектива;
- удовлетворенность и преданность всех участников фирмы [1, с. 67].

Стоит выделить, что развитие культуры считается привилегией менеджеров высшего класса или собственников фирмы. При этом подразумевается, что уровень культуры компании обуславливается теми едиными ценностями, которых придерживается большинство участников фирмы.

Корпоративная культура воздействует на предприятия таким образом, чтобы сотрудники могли прогнозировать различные ситуации в будущем, благодаря которым они выстраивали и оценивали собственное поведение [2, с. 19].

Неповторимая корпоративная культура становится необходимой составляющей бренда компании.

Для её развития используют следующие инструменты: 1) расположение ценностей корпоративной культуры, правил и девизов в разных уведомлениях, брошюрах, на стендах, страницах СМИ; 2) систематическое проведение выступлений руководством фирмы, в период которых детально анализируются коллективные ценности, принципы и цели компании; 3) специальные традиции в организации – к примеру, проведение мероприятий в честь дня рождения компании, федеральных и профессиональных праздников; 4) способы вдохновения работников на работу – за счет выступления известных людей, тренеров, лучших сотрудников, освещающих цели и достижения перед коллективом; 5) подготовка персонала профессиональным умениям, лидерству, личной эффективности и настраивание на успешность; 6) чётко отработанная и прозрачная система мотивации персонала и развитие самомотивации; 7) адаптация новичков, с ознакомлением корпоративной культурой и этикой поведения в коллективе; 8) мероприятия по тимбилдингу; 9) проведение

спортивных мероприятий, экскурсий, турпоездов, общего досуга вне стен компании; 10) использование метода 360 градусов. Суть в том, что работу сотрудника оценивает не только лишь руководитель, но и все члены команды, в том числе и сам работник.

Способ даёт возможность оценить, как сотрудник функционирует в команде, взаимодействует с коллегами, придерживается ли дедлайнов, в каких навыках у него пробелы, насколько он серьезно подходит к выполнению задачи.

Такой способ напоминает игру: помогает сближать участников команды, выстраивает доверительные взаимоотношения и помогает развиваться в собственных навыках.

Чтобы корпоративная культура работала на фирму, следует выполнять основные принципы ее формирования.

Данное требование весьма важно для стремительно растущих организаций. Для благополучных изменений в фирме требуется воплощать в своей корпоративной культуре такие принципы как: целенаправленность, свобода слова, открытость в действиях, и так далее [3].

Корпоративная культура фирмы может оказать влияние на многочисленные аспекты бизнеса, от работы с покупателями, удовлетворенности клиентов и партнеров, привлечения талантов, удержания имеющихся работников до репутации бренда среди общественности и отрасли. Неповторимая корпоративная культура становится необходимой составляющей бренда организации. Сильной корпоративной культурой вы повышаете душевную атмосферу и интерес вашей команды и делаете их более результативными на рабочем месте. Работники, которые активно участвуют в корпоративной жизни, чаще информируют о высоком уровне удовлетворённости своей трудовой деятельностью, лояльности и вовлеченности в итоги фирмы.

Исходя из множества исследований, можно сделать вывод, что здоровая культура в организации, там, где работники высказывают собственное мнение и привлекают к ответственности начальников. В свою очередь руководители, имеют все шансы лучше контактировать с подчиненными и управлять собственными командами. Культура фирмы играет значительную роль в степени удовлетворённости работой, так как при несоответствии рабочей среды индивидуальности работы сотрудников, то происходит столкновение их внутренних интересов.

### ***Список литературы***

1. Трофимова, Н.Н. Необходимость развития корпоративной культуры для эффективной деятельности предприятий в условиях глобализации мировой экономики / Н.Н. Трофимова // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2020. – № 3(27). – С. 65-69.

2. Мелихов, В.Ю. Совершенствование корпоративного управления предприятия на основе развития корпоративной культуры / В.Ю. Мелихов, К.А. Илюхина // Дельта науки. – 2017. – № 1. – С. 17-19.

3. Развитие корпоративной культуры с помощью эффективных HR-инструментов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blogyhr.ru/razvitie-korporativnoj-kultury-s-pomoshhju-jeffektivnyh-hr-instrumentov.html> (дата обращения: 05.06.2021).

УДК 330.8

## ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА И ИХ РОЛЬ В ТЕОРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА

**Е.И. Низамова, студентка**

**Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского**

*Аннотация.* В статье представлены виды общественных благ, важность и необходимость этих благ. Влияние общественных благ на общественный выбор и жизнь.

*Ключевые слова:* теория общественного выбора, общественное благо, неконкурентные и неисключаемые блага, частное благо.

Теория общественного выбора – это раздел экономики, который развился на основе изучения налогообложения и государственных расходов. Он возник в пятидесятых годах и получил широкое общественное внимание в 1986 году, когда Джеймс Бьюкенен, один из двух его ведущих архитекторов (другим был его коллега Гордон Таллок), был удостоен Нобелевской премии по экономике. Бьюкенен основал Центр изучения общественного выбора в Университете Джорджа Мейсона, и он остается самым известным центром исследований общественного выбора.

В экономике под общественным благом понимается товар или услуга, которые доступны всем членам общества. Как правило, эти услуги управляются правительствами и оплачиваются коллективно через налогообложение.

Примерами общественных благ являются правоохранительная деятельность, национальная оборона и верховенство закона. Общественные блага также относятся к более основным благам, таким как доступ к чистому воздуху и питьевой воде.

Два основных критерия, отличающих общественное благо, заключаются в том, что оно должно быть неконкурентным и не исключаемым. Неконкурентоспособность означает, что предложение товаров не уменьшается по мере их потребления; неисключаемость означает, что товар доступен всем гражданам.

Важный вопрос, связанный с общественными благами, называется проблемой свободного движения. Поскольку общественные блага доступны всем людям – независимо от того, платит ли за них каждый человек в отдельности – некоторые члены общества могут пользоваться благом, несмотря на отказ платить за него. Например, люди, которые не платят налоги, по сути,

пользуются «бесплатной поездкой» на доходы, предоставляемые теми, кто их платит, как это делают турникетные перемычки в метро.

Противоположностью общественного блага является частное благо, который является одновременно исключительным и конкурирующим. Этими товарами может пользоваться только один человек за раз – например, обручальное кольцо. В некоторых случаях они могут быть даже уничтожены в процессе их использования, например, когда кусочек пиццы съеден. Частные товары обычно стоят денег, и эта сумма оплачивает их частное использование. Большинство товаров и услуг, которые мы потребляем или используем в нашей повседневной жизни, являются частными товарами. Несмотря на то, что они не подвержены проблеме фри-райдера, они также доступны не всем, так как не каждый может позволить себе приобрести их.

В некоторых случаях общественные блага не являются полностью неконкурентными и не исключаемыми. Например, почтовое отделение можно рассматривать как общественное благо, поскольку оно используется значительной частью населения и финансируется налогоплательщиками. Однако, в отличие от воздуха, которым мы дышим, использование почтового отделения требует некоторых номинальных затрат, таких как оплата почтовых расходов. Точно так же некоторые товары описываются как квазигосударственные, потому что, хотя они доступны всем, их ценность может уменьшаться по мере того, как ими пользуется все больше людей. Например, дорожная система страны может быть доступна всем ее гражданам, но ценность этих дорог снижается, когда они становятся перегруженными в час пик.

Товар не исключается, если нельзя исключить, что отдельные лица пользуются его благами, когда товар предоставляется. Добро не может быть исчерпывающим, если наслаждение одним человеком благом не уменьшает количества благ, доступных другим. Например, чистый воздух является (для всех практических целей) общественным благом, поскольку его использование одним индивидом не истощает (для всех практических целей) запас, доступный другим индивидам, и нет никакого способа исключить индивида из его потребления, если он существует. Другим распространенным примером является национальная оборона, поскольку предполагается, что национальное государство не может выбрать защиту только некоторых своих жителей от иностранной агрессии, исключив при этом других из этой защиты; так же и предоставление одному жителю национальной обороны не уменьшает защиту, предоставляемую другим жителям. Публичное зло аналогично определяется как плохой, который не исключается и не поддается пониманию. Например, загрязненный воздух является общественным злом по тем же причинам, по которым чистый воздух является общественным благом.

Общественные блага контрастируют с частными благами, которые одновременно исключаются и истощаются. Еда является прямым примером частного блага: потребление одним человеком части пищи лишает других ее потребления (следовательно, она истощима), и можно исключить некоторых людей от ее потребления (присвоив принудительные права частной собственности к продуктам питания, например). Некоторые товары аккуратно

не вписываются ни в одну из этих категорий, потому что они исключаются, но не могут быть исчерпаны (например, музыкальный концерт) или не исключаются, но истощаются (например, общественный пляж, который может стать менее привлекательным или истощенным, когда им пользуется больше людей).

Общественные блага являются хрестоматийными примерами товаров, которые рынок обычно недополучает (или перерасходует в случае общественных благ. Например, можно ожидать, что фирмы, максимизирующие прибыль, и эгоистичные индивиды будут выбирать такие уровни производства и потребления, чтобы совокупность уровней загрязнения, возникающий в результате их деятельности, оставляет всех в худшем положении (в соответствии с их собственными предпочтениями), чем если бы каждый каким-то образом не мог производить или потреблять столько, сколько индивидуально оптимально. Обычно предлагаемые решения таких «провалов рынка» включают налоги и субсидии или государственное вмешательство.

Существует важное сходство между проблемами, связанными с обеспечением общественных благ, и проблемами коллективных действий – такими, как голосование, общественный протест или ограничение производства в случае олигополистов – когда индивиду, как правило, нельзя помешать извлечь выгоду из достижения цели коллектива. действие, если оно достигнуто. В таких случаях достижение цели можно рассматривать как неисключаемое благо. Следовательно, часто считается, что у отдельных людей может быть мало стимулов вносить свой вклад в его достижение – путем голосования или участия в протесте – если они рассматривают акт вклада как сам по себе дорогостоящий и вряд ли окажет существенное влияние на достижение коллективной цели.

### ***Список литературы***

1. Джеймс М. Бьюкенен Сочинения. Пер. с англ. Серия: «Нобелевские лауреаты по экономике». Т. 1. / Фонд экономической инициативы; гл. ред. кол.: Нуреев Р.М. и др. – М.: «Таурис Альфа», 1997. – 560 с.
2. Микроэкономика / Тарануха Ю.В., Земляков Д.Н. – М., 2013. – 640 с.
3. Якобсон Л.И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика: учебник для вузов. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 367 с.

## РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ: ТЕХНОЛОГИЯ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ

**А.А. Пешкова, аспирант**

**Уральский государственный экономический университет**

***Аннотация.** В статье представлены методические рекомендации по реализации технологии развития потенциала цифровых решений на промышленном предприятии, включающей три основных этапа: разработка системы, опытная и промышленная эксплуатация. Поступательное выполнение предложенного алгоритма позволит обеспечить достижение экономического эффекта и цифроротдачи от реализации потенциала, что будет способствовать устойчивому экономическому развитию промышленного предприятия, а также выполнению Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».*

***Ключевые слова:** потенциал цифровых решений, цифроротдача, план мероприятий по реализации потенциала цифровых решений.*

План мероприятий, как важный программный документ по развитию потенциала цифровых решений на промышленном предприятии, определяет последовательность этапов и действий, поступательное выполнение которых позволяет достичь установленные целевые показатели в данной области деятельности. Методологические аспекты цифровой трансформации промышленности рассматриваются в трудах Акбердиной В.В., Пьянковой С.Г. [1].

Внедрение и функционирование любой цифровой технологии включает три ключевых этапа (разработка, опытная и промышленная эксплуатация), каждому из которых соответствует собственная совокупность действий. В соответствии с этим предлагается построить трехфазную программу реализации потенциала цифровых решений (рис. 1).

Первая фаза плана мероприятий включает следующую последовательность действий:

### **Фаза разработки системы**

1) Организовать работы по проекту обследования существующих производственных процессов предприятия. Для этого выпустить приказ, утверждаемый генеральным директором предприятия или иным уполномоченным лицом.

2) Команде проекта составить укрупненные ландшафт производственного процесса предприятия.

3) Стандартизировать производственные процессы.

4) Организовать проект по реализации потенциала цифровых решений.

## Ф1. Разработка системы

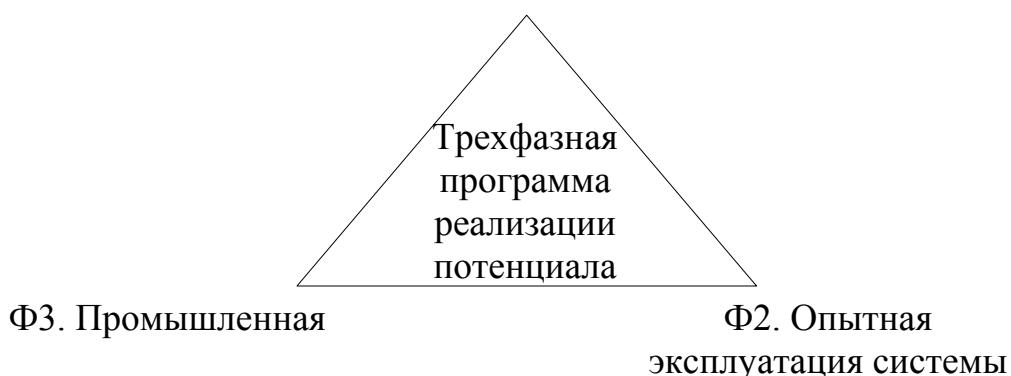


Рисунок 1 – Трёхфазная программа развития потенциала цифровых решений на промышленном предприятии (где Ф – очередность фазы)

5) Определить целевой уровень реализации потенциала цифровых решений для производственных процессов. Для этого выявить перечень операций, которые могут подлежать автоматизации и виды цифровых технологий, которые в этих целях могут применяться.

6) Предварительно оценить соответствие цифровой технологии требованиям производственного процесса.

7) Предварительно оценить возможность адаптации цифровой технологии под изменения (развитие) производственного процесса.

8) Оценить соответствие выбранных цифровых технологий современному уровню развития научно-технического прогресса.

9) Подготовить технико-экономическое обоснование проекта. Проблемы оценки эффективности деятельности предприятий ОПК изложены в [2]. Также, по мнению автор настоящей статьи, на данном этапе необходимо рассчитать экономический эффект реализации потенциала цифровых решений для исследуемого производственного процесса и **цифроотдачу** инвестиций, характеризующую сколько рублей экономического эффекта возвращается с каждого вложенного рубля в развитие потенциала цифровых решений. Рассчитывается как единица плюс отношение экономического эффекта от развития потенциала цифровых решений к величине начальных капитальных вложений в проект. Если цифроотдача больше единицы, то проект следует принять; в противном случае – отклонить.

### **Фаза опытной эксплуатации системы**

10) Привлечь средства бюджетных и (или) внебюджетных источников для финансирования капитальных вложений.

11) Внедрение цифровой технологии.

12) Обеспечение ресурсами: финансовыми, трудовыми, информационными, материально-техническими.

13) Запуск в опытную эксплуатацию. В течение года осуществляется тестирование функционирования системы и проверка соответствия цифровой

технологии требованиям производственного процесса. При наличии отклонений проводится доработка технологии до полного ее соответствия.

#### **Фаза промышленной эксплуатации системы**

14) Производственные процессы с применением цифровых технологий выполняются исполнителями точно в срок в пределах запланированных ресурсов и качества.

15) Ресурсы расходуются рационально, то есть обеспечивается наибольший эффект при минимально возможных затратах, необходимых для выполнения проекта.

16) Привлечённые бюджетные средства (государственные субсидии) и (или) средства внебюджетных фондов расходуются в соответствии с их целевым назначением. Требования территориальных программ финансирования выполняются своевременно и в полном объёме.

17) Мониторинг выполнения показателей проводится на всех этапах жизненного цикла проекта по реализации потенциала цифровых решений, включая подведение итогов по результатам его окончания. При возникновении отклонений принимается решение об их принятии в случае позитивного влияния на деятельность предприятия. Либо разрабатывается план мероприятий по приведению фактического уровня показателей к плановым значениям с учётом обеспечения эффективного использования ресурсов.

Таким образом, все перечисленные действия интегрируются в программу реализации потенциала цифровых решений, включающую портфель действующих проектов по реализации цифровых инициатив, а также оценку перспектив дальнейшего развития потенциала производственных процессов с учетом выявленных точек роста и достижения экономического эффекта и цифроротдачи инвестиций, что позволит обеспечить устойчивое экономическое развитие предприятия в рамках нацеленности на его цифровую трансформацию, что является неотъемлемым условием развития цифровой экономики и социально-экономического благополучия России на фоне мировых тенденций ускорения технологического прорыва и борьбы за обеспечение конкурентоспособности экономики.

#### ***Список литературы***

1. Акбердина В.В., Пьянкова С.Г. Методологические аспекты цифровой трансформации промышленности // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2021. – Т. 227. – № 1. – С. 292-313.

2. Дубровский В.Ж., Иванова Е.М., Чупракова Н.В. Проблемы оценки эффективности деятельности предприятий ОПК // JournalofNewEconomy. – 2019. – Т. 20. – № 5. – С. 92-107.



## КОНЦЕПЦИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПЕРСОНАЛА ГОРНОДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

М.Н. Полещук, к.э.н.

Научно-исследовательский институт эффективности и безопасности  
горного производства

*Аннотация.* В статье обоснована необходимость повышения эффективности взаимодействия персонала горнодобывающего предприятия, осуществляющего социально-экономическое развитие. Представлены концептуальные положения повышения эффективности взаимодействия персонала горнодобывающего предприятия.

**Ключевые слова:** горнодобывающее предприятие, персонал, взаимодействие, эффективность, концепция, развитие.

Горнодобывающее предприятие представляет собой социально-экономическую систему [4, С. 90-91], которая формируется и функционирует для удовлетворения интересов ее стейкхолдеров на основе производства продукции и оказания услуг. Основными стейкхолдерами предприятия являются государство, общество, собственники и инвесторы, менеджмент и персонал. Недостаточный учет при осуществлении деятельности предприятия интересов государства приведет к штрафным санкциям; общества – различным пикетам; собственников и инвесторов – отсутствию инвестиций; менеджмента и персонала – к неэффективному и небезопасному осуществлению производственных процессов.

В условиях ужесточения конкуренции на мировых рынках для поддержания конкурентоспособности отечественным горнодобывающим предприятиям необходимо осуществлять организационно-технологическое развитие, базирующееся на формировании эффективного взаимодействия персонала предприятия. Такая постановка задачи обусловила разработку соответствующей концепции.

**Концепция** понимается автором как единый ведущий замысел, характеризующий систему взглядов на явление [2, 7]; комплекс ключевых положений (идей, взглядов, принципов), дающих целостное представление о каком-либо явлении или событии, позволяющих более глубоко понять и проникнуть в существо проблемы, определяющих методологию и организацию практической деятельности [1].

**Взаимодействие** – это обмен веществом, энергией и информацией между двумя и более объектами, имеющий целенаправленный характер [5, С. 150].

В основе деятельности горнодобывающих предприятий лежит взаимодействие работников как непосредственное, так и опосредованное. Непосредственное взаимодействие осуществляется в рамках одного

подразделения (звено, бригада, участок, цех, служба). Опосредованное проявляется через использование одним подразделением результатов других подразделений: разработка и реализация стандартов, норм, регламентов; осуществление вскрышных и добычных работ; обслуживание и эксплуатация оборудования.

Опосредованное взаимодействие сопровождается переходными процессами, которые представляют собой последовательные изменения во времени состояний его производственной системы, обусловленные потребностью менеджмента в развитии производства либо необходимостью его адаптации к изменяющимся горно-геологическим, горнотехническим, социально-экономическим условиям [8, С. 66]. Переходные процессы имеют особую актуальность в условиях развития предприятия как социально-экономической системы, т.к. они обуславливают возникновение точек бифуркации, в которых неадекватное или неэффективное взаимодействие может привести к существенному ухудшению ситуации, а согласованное эффективное взаимодействие – к значимому росту конкурентоспособности.

**Эффективность взаимодействия** – это соотношение достигаемых результатов и затрат на этот процесс. Основной характеристикой взаимодействия работников является их согласованность в отношении целей, средств и способов их достижений, осуществляемых действий.

В 2012 г. на разрез «Березовский» были приобретены дорогостоящие автосамосвалы, окупаемость которых была возможно только при повышении эффективности их использования. Руководителем разреза была поставлена соответствующая цель, достигнута согласованность с начальником АТЦ и водителями, разработаны и реализованы соответствующие мероприятия. В результате было достигнуто увеличение доли производительного времени работы как в календарном фонде времени (на 11%), так и в доступном (за вычетом простоев, на которые водители автосамосвалов не влияют; до 20%) (рис. 1) [3, С. 95-101].

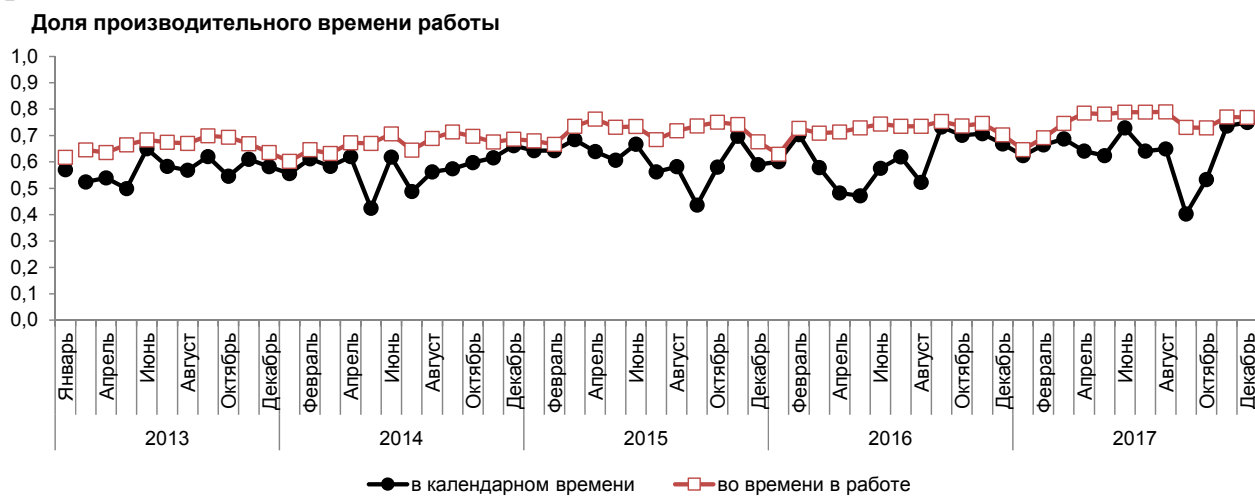


Рисунок 1 – Эффективность использования автосамосвалов (дополнены данные по [3, С. 103])

Анализ эффективности взаимодействия работников и обобщение полученных результатов позволили сформулировать, что применительно к горнодобывающим предприятиям концептуальными положениями повышения эффективности взаимодействия персонала являются:

- для повышения согласованности взаимодействия необходимо улучшение взаимоотношений и взаимопонимания работников, базой которых являются их мотивация, установка и ответственность;

- основным средством формирования общих представлений является программа функционирования и развития предприятия на долгосрочный период, состоящая из взаимоувязанных программ каждого подразделения на долго- и среднесрочный период; программа функционирования и развития каждого подразделения включает индивидуальные планы деятельности и развития каждого работника;

- контроль эффективности взаимодействия осуществляется посредством:

- мониторинга процессов по производственным и социально-экономическим показателям (объемы; эффективность: простои, затраты, качество; безопасность: риски, опасные производственные ситуации; производительность; межличностные и производственные конфликты; текучесть кадров);

- организации сдачи-приемки результатов одним подразделением другому, формализующей ответственность работников перед собой и взаимодействующим субъектом;

- анкетирования персонала об их представлениях целей и способов их достижения;

- сопоставлении достигаемых результатов с возможными с использованием норм, стандартов, установленных ранее зависимостей расхода ресурсов от согласованности мнений [4, С. 152], достижимости результатов от согласованности целей и действий [6, С. 84].

Таким образом, концепция повышения эффективности взаимодействия персонала горнодобывающего предприятия как социально-экономической системы заключается в формировании общих представлений работников о целях и задачах подразделений посредством разработки и реализации взаимоувязанных программ функционирования и развития каждого работника, подразделения и предприятия в целом.

### ***Список литературы***

1. Безопасность: теория, парадигма, концепция, культура. Словарь-справочник /Автор-сост. проф. В.Ф. Пилипенко. – М.: ПЕР СЭ-Пресс, 2005. – 192 с.

2. Большой энциклопедический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: «Большая Российская энциклопедия»; СПб.: «Норинт», 1997. – 1456 с.

3. Буйницкий, А.И. и др. Учет и контроль производительного времени работы карьерных автосамосвалов /А.И. Буйницкий, А.А. Степанов, М.Н. Полещук // Проблемы недропользования: Сетевое периодическое научное

издание. Рецензируемый сборник научных статей / ФГБУН ИГД Уро РАН. – 2016. – Вып. 1. – С. 95-104. – Режим доступа: <https://trud.igduran.ru/edition/8>.

4. Галкина Н.В. Социально-экономическая адаптация угледобывающего предприятия к инновационной модели технологического развития / Н.В. Галкина. – М.: Экономика, 2007. – 248 с.

5. Полещук М.Н. Социально-экономическая оценка деятельности работника угледобывающего предприятия: критерии и показатели, методика / Известия Уральского государственного горного университета. – 2021. – №1. – С. 150-159.

6. Полещук М.Н. Управление социально-трудовыми отношениями инновационных групп угледобывающего предприятия: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Полещук Марина Николаевна. – Челябинск, 2009. – 144 с.

7. Толковый словарь иностранных слов Л. П. Крысина. – М: Русский язык, 1998. <https://dic.academic.ru/>. Дата обращения 09.03.2021.

8. Яковлев В.Л., Азев В.А., Макаров А.М. Внутрипроизводственное планирование в условиях инновационного развития угледобывающего предприятия / В.Л. Яковлев, В.А. Азев, А.М. Макаров. – Челябинск: АБРИС, 2019. – 164 с.

УДК 330.12

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ

К.В. Попов, студент

Л.В. Чебуханова, к.э.н., старший преподаватель  
Российский университет дружбы народов

*Аннотация.* В статье приводятся подходы к оценке экономического благосостояния, рассмотренные в трудах основателей концепции экономики благосостояния, предложенные рядом ученых, а также международными организациями. Рассмотрены предпосылки формирования новых методов оценки благосостояния на основе факторов устойчивого развития, показателей благополучия и цифровизации экономики.

**Ключевые слова:** экономика благосостояния, цифровизация, благополучие, экономический рост

Повышение уровня благосостояния населения является основной задачей деятельности любого государства. Экономика благосостояния изучает, как рыночная структура и распределение ресурсов и благ в обществе воздействуют на его экономическое благосостояние. Многие ученые, исследующие экономику благосостояния, изучают различные инструменты государственного управления, способствующие получению общественного экономического благосостояния [7].

Одним из основателем теории экономики благосостояния является А. Пигу [6], который охарактеризовал смысл концепции благосостояния, определил индивидуальное благополучие как сумму удовлетворения, полученного от использования товаров и услуг, а социальное благополучие – как совокупность всего индивидуального благополучия в обществе. Согласно Пигу экономическое благосостояние – это тот элемент общественного благосостояния, который прямо или косвенно можно измерить в деньгах, так как существует четкая взаимосвязь между национальным доходом и экономическим благосостоянием.

А. Маршалл [2] в своих исследованиях сделал концепцию излишка потребителей центральным инструментом своего анализа благосостояния. Маршалл считал благополучие общества максимальным, когда его удовлетворение является максимальным.

Экономическое благосостояние можно измерить с помощью множества факторов, таких как ВВП, уровень доходов населения, демографической ситуации и других показателей, которые отражают благосостояние населения (например, образованность и грамотность, количество врачей, экологическую обстановку и уровень загрязнения окружающей среды и прочее) (рисунок 1).

| Экономическая составляющая   | Экологическая составляющая  | Социальная составляющая  |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• величина валового внутреннего продукта на душу населения;</li> <li>• паритет покупательной способности;</li> <li>• валовые внутренние сбережения;</li> <li>• индивидуальные потребительские расходы;</li> <li>• суммарные инвестиции в капитал;</li> <li>• расходы на товары длительного пользования</li> <li>• прочее</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• цена загрязнения воды и воздуха;</li> <li>• истощение невозобновляемых ресурсов;</li> <li>• долгосрочный экологический ущерб;</li> <li>• разрушение озонового слоя;</li> <li>• уменьшение лесного покрова</li> <li>• прочее</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ожидаемая продолжительность жизни;</li> <li>• уровень грамотности населения;</li> <li>• стоимость домашнего труда;</li> <li>• цена преступности, разводов, безработицы;</li> <li>• стоимость дорожно-транспортных происшествий;</li> <li>• средний индекс политической и гражданской свободы</li> <li>• прочее</li> </ul> |

Рисунок 1 – Показатели оценки благосостояния [3, С. 338]

К факторам, влияющим на экономическое благосостояние можно отнести следующие:

- реальный доход – влияние на потенциальное потребление;
- перспективы трудоустройства – безработица дорого обходится для экономики;
- удовлетворенность работой – удовлетворение от работы так же важно, как доход и заработная плата;
- жилье – высокий доход, но недоступное жилье снижает экономическое благосостояние. Хорошее доступное жилье, необходимо для экономического благополучия;
- образование – возможность учиться всю жизнь положительно влияет на благосостояние;

- ожидаемая продолжительность и качество жизни – доступ к здравоохранению, а также здоровый образ жизни;
- уровни счастья – нормативные суждения о том, счастливы ли люди;
- окружающая среда – экономический рост может вызвать усиление загрязнения, что отрицательно скажется на здоровье и уровне жизни;
- свободное время – высокая заработная плата из-за сверхурочной работы снижает экономическое благосостояние, а досуг имеет экономическое значение.

Однако подходы к измерению экономического благосостояния в последнее время претерпевают значительные изменения. Призывы к более ориентированному на людей подходу к оценке экономических показателей, а также проблемы неравенства, воздействия на окружающую среду и последствий цифровизации поставили благосостояние на первое место в повестке дня.

Смещение акцента с экономического роста на показатели благосостояния было рекомендовано комиссией Стиглица [8] (Stiglitz, SenandFitoussi, 2009), которая призвала разработать показатели благосостояния «помимо ВВП» и уделить больше внимания показателям благосостояния, уже включенным в Систему национальных счетов 2008 (СНС) в связи с реализацией Целей устойчивого развития (ЦУР) Организации Объединенных Наций.

Ряд исследователей предлагают для оценки благосостояния использовать различные международные индексы, совокупная оценка которых позволит оценить уровень благосостояния [3,337].

В 2018 году Статистический форум МВФ по измерению экономического благосостояния в эпоху цифровых технологий рассмотрел проблемы измерения, связанные с цифровизацией. Так, многие цифровые продукты бесплатны (за исключением, возможно, временных затрат на просмотр рекламы и нематериальных затрат на передачу личных данных). Другие позволяют потребителям делать то, что они раньше не могли делать, и все это в конечном счете повышает благосостояние людей. Однако рост благосостояния благодаря применению цифровых продуктов обществом субъективен и его трудно измерить, и результаты применения цифровых технологий могут не повлиять на объем ВВП и, соответственно, указывать на рост благосостояния. Кроме того, зачастую исследование влияния Интернета на такие аспекты благополучия населения, как счастье, здоровье, преступления на почве ненависти и социальная сплоченность, часто обнаруживают негативные последствия цифровизации.

Международный валютный фонд в 2020 году выпустил новые рекомендации по измерению экономического благосостояния [5]. Новый подход подразумевает необходимость уделять приоритетное внимание заполнению пробелов в статистических данных, включая показатели экономического благосостояния Системы национальных счетов 2008 (СНС) (потребление, доход, богатство), повышение их качества, в том числе качество индексов потребительских цен. Разработка распределительных показателей дохода, потребления и богатства также должна стать приоритетом. В систему

показателей должна войти оценка влияния цифровизации экономики на благосостояние и на рост ВВП. Цифровизация является одной из главных вопросов, рассматриваемых в работе по обновлению СНС.

Смещение акцента с экономического роста на благосостояние было отмечено повышением внимания к показателям экономического благосостояния в СНС и разработкой более широких показателей благосостояния. Данные, позволяющие провести оценку благосостояния публикуются Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) (располагаемый доход, потребление и благосостояние домашних хозяйств). В рамках своей инициативы «Лучшая жизнь» ОЭСР (OECD Better Life Initiative) расширила систему показателей, включив туда 11 показателей характеризующих различные аспекты жизни общества [1].

С 2018 года в отчетах Всемирного банка по оценке благосостояния содержатся показатели всеобъемлющего богатства (которые включает компоненты природного и человеческого капитала), чистой экономики с поправками на истощение природных ресурсов и ущерб от выбросов CO<sub>2</sub>.

Кроме того, многие страны разрабатывают собственные индикаторы благосостояния, такие как счастье и удовлетворенность жизнью, социальная и гражданская активность, доверие и другие аспекты [4].

Таким образом, экономическое благосостояние – это часть благосостояния, связанная с широко определенным текущим потреблением и потреблением на протяжении всей жизни, а также ресурсами, обеспечивающими потребление (доход, совокупное богатство и временные запасы домашних хозяйств). Однако экономическое благосостояние может включать в себя категории благополучия, содержащие нематериальные аспекты, которыми нельзя измерить ВВП, такие как счастье, доверие и биоразнообразие. Важное значение в настоящее время играет фактор цифровизации, оказывающий влияние как на экономический рост, так как на экономическое благосостояние. Разнонаправленное влияние цифровой экономики на благополучие общества (как положительное, так и отрицательное), позволяет говорить о необходимости учета этого фактора для оценки экономического благосостояния.

### ***Список литературы***

1. Инициатива ОЭСР по исследованию качества жизни [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.oecd.org/newsroom/BLI\\_brochure160x110\\_05a2\\_RU.pdf](https://www.oecd.org/newsroom/BLI_brochure160x110_05a2_RU.pdf).

2. Маршалл А. Принципы экономической науки. – Т. I. – М.: Прогресс, 1993.

3. Нестерова О.А., Пожарницкая О.В. Оценка благосостояния с позиции устойчивого человеческого развития: возможности международных индексов // Вопросы инновационной экономики. – 2018. – Том 8. – № 3. – С. 335-348.

4. Exton, C. and M. Shinwell (2018), «Policy use of well-being metrics: Describing countries' experiences», OECD Statistics Working Papers, No. 2018/07, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/d98eb8ed-en>.

5. Measuring Economic Welfare: What and How? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imf.org/en/Publications/Policy-Papers/Issues/2020/05/18/Measuring-Economic-Welfare-What-and-How-49438>.

6. Pigou A. Wealth and Welfare. L.: Macmillan, 1920.

7. Randhir Kumar. Pigovian Welfare Economics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.patnauniversity.ac.in/e-content/social\\_sciences/economics/Pigovian%20Welfare%20Economics%20e-content.pdf](https://www.patnauniversity.ac.in/e-content/social_sciences/economics/Pigovian%20Welfare%20Economics%20e-content.pdf).

8. Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/8131721/8131772/Stiglitz-Sen-Fitoussi-Commission-report.pdf>.

УДК 37.01

## ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ САМОРЕГУЛЯЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В УСЛОВИЯХ ВОЛОНТЕРСТВА

**Л.В. Поселягина, к.пед.н., доцент**

**Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
«Многопрофильный лицей № 186 – «Перспектива» Приволжского района  
г. Казани**

***Аннотация.** В статье рассматривалось творческое волонтерство как социально-психологическое условие саморегуляции эстетической деятельности. Актуальность школы творческого волонтерства, в условиях которой осуществлялись сессии развития творческой индивидуальности по направлениям: нравственное, эстетическое, патриотическое, физическое воспитание и другие. В программе были предусмотрены беседа «Почему надо быть дружелюбным к людям, миру природы?»; тренинг «Регуляция эмоциональных состояний»; круглый стол «Книги, которые учат доброте».*

***Ключевые слова:** саморегуляция эстетической деятельности, творческое волонтерство.*

Современная система эстетического образования основывается на полипарадигмальности как методологическом принципе.

В условиях полипарадигмальной системы образования эстетическое образование обучающихся осуществляется посредством интеграции эстетики, искусства, педагогики, психологии, истории и других наук и общественных практик.

Целью нашей статьи является выявление психолого-педагогических условий формирования эстетической культуры обучающихся посредством творческой волонтерской деятельности.

В настоящее время волонтерская деятельность является одним из важных условий саморегуляции эстетической деятельности обучающихся. В сов-



ременном обществе возникла необходимость школы творческого волонтерства. Социальная работа с молодежью включает волонтерство как один из видов деятельности обучающихся. Сферы деятельности волонтеров разные: это пропаганда здорового образа жизни, профилактика девиаций, культурная деятельность в условиях музеев, библиотек, культурно-массовых мероприятий, помощь в интеграции лиц с ограниченными возможностями здоровья в социум и многие другие. Волонтерство подразумевает деятельность, которая осуществляется бесплатно. При этом создаются условия для развития внутренней мотивации молодежи: желанием помогать тем, кто нуждается в помощи, при этом развиваться творчески в разных направлениях волонтерства [1].

Творческое волонтерство – это общественное движение, объединяющее волонтеров в качестве добровольных помощников на безвозмездной основе для реализации социальных проектов, позволяющее проявить творческую индивидуальность [2]. Цель волонтерства – создание социально-психологических условий для реализации творческого потенциала подрастающего поколения, духовно-нравственного, патриотического, эстетического воспитания обучающихся. Задачи волонтерства: создание эстетически воспитывающего пространства, диагностика развития личности волонтера, реализация программы школы волонтеров, самоанализ и саморазвитие обучающихся, передача опыта другим участникам.

Нами были разработаны сессии школы творческих волонтеров. При этом творческое волонтерство учитывалось как одно из условий саморегуляции эстетической деятельности обучающихся [3, 4]. На 1-й сессии участникам было предложено порассуждать на тему «Почему надо быть дружелюбным к людям, миру природы?»

Приведем некоторые ответы обучающихся 8-х, 9-х классов МБОУ «Лицей №186 – Перспектива» г. Казани:

«Что такое дружелюбное чувство ко всему живому? Попробуем разобраться в данном понятии. Я думаю, что это доброжелательное отношение ко всему, что нас окружает. Совершив совсем простой поступок, мы делаем наш мир чуточку лучше. Например, убрав мусор около водоемов, мы делаем природу чище, или помогаем животным обрести дом. Сделав что-то хорошее, мы становимся дружелюбнее по отношению ко всему живому, населяющему нашу планету. Дружелюбие показывается в совершенных нами поступках». По результатам проведенной работы следует отметить качественные положительные изменения в манере общения друг с другом, умении корректно выражать свое мнение, развитии уверенности в себе, веры в свои собственные силы, развитие перцепции.

2-я сессия была проведена в форме тренинга «Регуляция эмоциональных состояний». Тренинг включал совокупность упражнений, направленных на развитие у обучающихся умений саморегулировать собственные эмоциональные состояния, распознавать и управлять эмоциональными состояниями других. В самом начале проводился обмен пожеланиями: «Я желаю тебе...». Затем участники изображали различные эмоции (грусть,

радость, удивление и т.д.). Один и тот же текст (можно взять знакомое участникам стихотворение) надо было произнести с разными эмоциями (сопровождать мимикой, движениями тела и т.д.). Следующее упражнение было направлено на взаимодействие: нужно передать информацию сначала вербально, затем без слов, после этого, не видя друг друга. Воспитанники обменивались мнениями, в какой ситуации было сложно общаться, с чем это связано.

3-я сессия – круглый стол на тему «Книги, которые учат доброте», проводился с элементами библиотерапевтических технологий». Библиотерапия (в переводе с латинского языка *biblio* – книга; с греческого языка *therapia* – лечение) – буквально означает лечение словом, основывается на использовании художественной литературы, слова с целью психолого-педагогической коррекции обучающихся, в том числе и в сфере саморегуляции эстетической деятельности личности. Сначала обучающиеся создавали облако слов-ассоциаций с понятием «дружелюбие». Участники называли ассоциации: люди, природа, окружающий мир, доброта, сочувствие, общение, воспитание и другие. Далее обучающимся надо было подобрать примеры из художественной литературы, демонстрирующие проявление доброты по отношению к людям, окружающему миру, всему живому. Ведущий тренинга (автор) обратил внимание на ситуации, в которых герои стоят перед нравственным выбором, действуют с позиций доброты, простоты и красоты. Так, в книге В.П. Крапивина «Колыбельная для брата» (1979) главный герой Кирилл отважно борется за справедливость, правду, отстаивает нравственные принципы взаимовыручки и взаимопомощи; сам получает помощь в трудной ситуации от своего друга.

В произведении А. де Сент-Экзюпери «Маленький принц» (1942) до читателя доносится мысль об ответственности человека за свои поступки: отношение к окружающим, природе, планете. Разные оттенки доброты в понимании персонажей Льюиса Кэрролла «Алиса в стране чудес» связаны с точками зрения, возможностью перевернуть все, посмотреть на себя со стороны, трудностью проведения границы между добром и злом в жизни. Чтобы пройти все испытания, героиня проявляет вежливость, твердость, силу воли, успешно проходит все испытания благодаря своей доброте.

Ханс Кристиан Андерсен в «Снежной королеве» (1844) дает возможность своим героям проявить лучшие человеческие качества в испытаниях: дружбу, любовь, симпатию.

В произведении В.К. Железникова «Чучело» (1981) рассматривается проблема человеческих взаимоотношений, умения оставаться человеком в сложных ситуациях, вера в бескорыстность отношений, доброту, отзывчивость как составляющие человеческой сущности. В книге В.Г. Распутина «Уроки французского» (1973) для героя главными в жизни становятся люди, которые проявляли доброту в повседневном общении, были внимательными и старались помогать другим.

По результатам сессий была проведена беседа по обмену впечатлениями. Было отмечено, что данные сессии позволили участникам раскрепоститься,

выразить понимание доброты, дружелюбия, услышать других [5]. Воспитанники выразили мнение, что доброта – это неиссякаемый ресурс, который никогда не будет исчерпан, его надо постоянно пополнять своими добрыми делами.

Таким образом, был сделан вывод о том, подготовка обучающихся в школе творческих волонтеров способствовала развитию саморегуляции эстетической деятельности: у участников развивался эмоциональный интеллект – что является одним из компонентов творческой индивидуальности. У волонтеров развивалась эмпатия, нравственные качества личности: сочувствие, сострадание, соучастие.

### ***Список литературы***

1. Калимуллина О.А. Формирование творческой направленности студенческой молодежи в условиях досуговой деятельности: синергетический подход: диссертация доктора педагогических наук: 13.00.05 / Калимуллина Ольга Анатольевна. – Казань, 2014. – 488с.

2. Мухаметзянова Л.Ю. Арт-терапевтическая коррекция социального здоровья студентов // Казанский педагогический журнал. – 2017. – № 5. – С.65-69.

3. Поселягина Л.В. Малая группа как средство развития творческой индивидуальности обучающихся // XXV Страховские чтения: Материалы Всероссийской научной конференции, в рамках Международного научного симпозиума, посвященного 100-летию гуманитарного образования в СГУ «Столетие гуманитарного образования в Саратовском государственном университете: диалог времен – прошедшего, настоящего и будущего» (Саратов, 03 ноября 2017): сб. науч. тр. / Под редакцией М.С. Ткачевой (отв. ред.), Т.Г. Фирсовой, Р.М. Шамионова. – М.: Издательство «Перо», 2017. – С.220-223.

4. Поселягина Л.В. Развитие творческой индивидуальности обучающихся как психолого-педагогическая проблема // Профессиональное образование: современная теория и инновационная практика: сборник материалов международной научно-практической конференции. – Казань: ФГБИУ «ИППСП», 2018. – С.184-187.

5. Авадэни Ю.И., Радионова В.А. Построение решающих правил для определения уровня самооценки студентов вуза с применением дерева решений // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2014. – № 2 (16). – С.135-139.

## СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА КРИПТОВАЛЮТ

**С.И. Самохвалов, аспирант**

**А.И. Шмырева, д.э.н., профессор**

**Новосибирский государственный университет экономики и управления**

***Аннотация.** В статье рассматриваются основные этапы становления и развития рынка криптовалют. Авторы описывают события, повлиявшие на рынок криптовалют и дают им оценку.*

***Ключевые слова:** рынок криптовалют, история криптовалюты, криптовалюта, биткоин, альткоины.*

С конца XX века, инвесторы начали проявлять интерес к сфере информационных технологий. Приобретают популярность известные многим компании IBM и Microsoft, эра технологий постепенно «проникает» не только в производство, но и в экономику. Все эти события наталкивают ученых на исследования в области цифровизации валют, что в последствии приводит к созданию криптовалюты.

По мнению авторов, в развитии рынка криптовалют можно выделить несколько этапов, которые условно разделяются по предпочтениям инвесторов.

*1 этап – Предпосылки зарождения рынка криптовалют (1983 – 2008 гг.)*

Появлению криптовалют в целом предшествовал ряд масштабных исследований в области шифрования транзакций. В 1983 году перед учеными стояла проблема совмещения анонимности платежей и их прозрачности. Одним из первых, получивших продвижение в этой сфере, был сотрудник факультета вычислительной техники Калифорнийского университета – Дэвид Чаум. Им был предложен алгоритм «слепой подписи», который в последствии стал одним из разновидностей ЭЦП (электронно-цифровой подписи). Идея алгоритма заключается в том, что он позволяет совершить сделку между сторонами А (продавец) и В (покупатель), сообщить о факте сделки третьим сторонам, при этом участники А и В остаются анонимными.

Следующим шагом в решении вышеуказанной проблемы была разработка протокола «электронной наличности» (DigiCash), которая была сделана Дэвидом Чаумом совместно с учеными из Израиля. С помощью разработанного протокола одобрение сделки со стороны А происходит после подтверждения третьей стороной подлинности платежа. Стороне В, в свою очередь, достаточно иметь подтверждение факта отправки виртуальной валюты. Разработанная Дэвидом Чаумом технология легла в основу зарождения рынка криптовалют.

Невозможность реализовать централизованную эмиссию – проблема которая осталась нерешенной для системы DigiCash, что привело к её краху в конце 1990-х годов.

Немаловажный вклад в становление рынка криптовалют внесли: британский специалист в области шифрования Адам Бэк и американский

ученый в области криптографии Ник Сабо. В 1997 году Адам Бэк разработал систему защиты от спама Hashcash, алгоритм которого был использован Сатоши Накамото для создания первой криптовалюты. Ник Сабо исследуя работу Дэвита Чаума по «электронной наличности» столкнулся с проблемой централизованной эмиссии. При реализации такой системы в электронном виде она бы не чем не отличалась от существующих и у эмитента возникает «соблазн» дополнительной эмиссии денежных знаков. Ник Сабо разрабатывал собственную систему Bit Gold как разновидность резервной валюты, в которой эмиссия должна была осуществляться децентрализованно (проект закрыт в 2005 году). Кроме резервной валюты Bit Gold Ником Сабо были созданы смарт-контракты, являющиеся основой создания альткоинов.

### *2 этап – Появление первой криптовалюты (2008 – 2011 гг.)*

Предпосылки создания рынка криптовалют были использованы для создания первой криптовалюты под названием «Биткоин». Споры о её создателе остаются открытыми, одни утверждают, что это неизвестная личность под псевдонимом Сатоши Накамото, другие склоняются к тому, что создатели биткоина это группа людей именуемыми себя Сатоши Накамото. Несмотря на дискуссионность вопроса о создателе криптовалюты, сам финансовый инструмент появился в октябре 2008 года, когда в сети было размещена первая версия кода.

Платформа биткоин базируется на том, что все совершенные сделки хранятся в виде блоков информации, связанных между собой определенным математическим алгоритмом и изменение одного из блоков, приводит к необходимости изменения всех следующих блоков.

Первые сделки в биткоинах происходили только между майнерами (создателями новых блоков из записей транзакций), а курс формировался из расчета затрат электроэнергии на создание одного биткоина, и в 2009 году приблизительно был равен 0,001 долларов США за биткоин.

Количество добытых майнерами биткоинов ежедневно возрастало и к февралю 2010 года достигло порядка 1 500 000 BTC. Высокие темпы создания криптовалюты привели к необходимости создания сервиса для обмена биткоинами – Bitcoin Market (первая криптовалютная биржа). Первым товаром, приобретённым за биткоин считаются две пиццы стоимостью 10 тысяч биткоинов по курсу 0,0025 долларов США за биткоин (стоимость таких пицц сегодня составила 371 млн. долларов США).

Авторы считают, что именно первая сделка с криптовалютой вызвала интерес инвесторов к биткоину и росту его курса в геометрической прогрессии. К середине 2010 года курс биткоина вырос в 10 раз и составил 0.08 долларов США за биткоин, а в феврале 2011 года стоимость биткоина составила 1 доллар США за биткоин (вырос в 13 раз).

Интерес к криптовалюте способствует открытию криптовалютных бирж (Silk Road), появляется возможность обменивать бикоин на фиатные валюты (британские фунты и бразильские реалы).

Не менее важным для рынка криптовалют считается 2011 год, появляются первые инвесторы (шведский предприниматель Рик Фальквинге

вложил все свои средства в биткоин), биткоин получает общественный резонанс после статьи «Crypto currency» в журнале Forbes. Курс первой валюты к середине 2011 вырос в 30 раз и составил 31.91 долларов США за биткоин, а совокупный объем рынка биткоинов превысил 10 миллионов долларов.

Несмотря на дискуссионные подходы бизнесменов и ученых-экономистов о сущности криптовалюты, рынок начинает постепенно развиваться, объем сделок с биткоинами растет (в 2012 году объем продаж на криптобирже Silk Road достиг 15 миллионов долларов США), начинают появляться альтернативные криптовалюты.

### *3 этап – Расширение рынка криптовалют (2011 – 2017 гг.)*

Несмотря на предшествующий опыт, сложившейся при исследовании и разработке цифровой финансовой системы, биткоин имел ряд недостатков. Часть проблем устранить было невозможно, в силу особенностей кода, другая же часть могла привести к весьма существенному изменению кода биткоина и нарушению функционирования всей системы.

Поэтому в 2011 году разработчиками было принято решение о создании альтернативных биткоину криптовалют (альткоинов) с учетом исправления большинства недостатков присущих биткоину. Первым альткоином признано считать Namecoin, который в отличие от биткоина разрабатывался для построения альтернативных корневых DNS-серверов. Следом за Namecoin появился Litecoin. Его разработчики сделали акцент на увеличении скорости транзакций опередив по этому показателю биткоин.

Поскольку биткоин был совсем не изученным, не удовлетворял целям различных компаний и имел определенные проблемы продолжают разрабатываться альткоины под конкретные цели. Так в 2012 году появляется Ripple, скорость транзакций которого превышает скорость транзакций биткоина в 100 раз и является централизованной системой.

Другой проблемой биткоина является отсутствие полной анонимности. Хотя многие ученые и разработчики и утверждают, что сделки в биткоинах носят анонимный характер, но информация о счетах и сделках сохраняется и зная данные владельца счета можно проследить все сделки, которые им были совершены. В связи с этим в 2014 была разработана альтернативная криптовалюта Dash, которая позволяла усилить конфиденциальность сделок с помощью функции PrivatSend.

Рынок криптовалют постепенно начал развиваться и набирать популярность. Появляются новые альткоины, одна часть пытается превзойти биткоин по основным показателям (скорость транзакций, анонимный характер – например, Monero, Decred), другие имели свои особенности. Например, в 2015 году появляется вторая по капитализации криптовалюта – Ethereum. Ее особенностью является создание смарт-контрактов, которые представлены в виде электронного алгоритма, выполнение которого предоставляет сторонам возможность для обмена активами.

Наибольшую популярность альткоины получили после событий 2017 года, когда рынок криптовалют начал расти активными темпами, в частности курс биткоина за год вырос в 20 раз и на 17 декабря 2017 года составил 20 000

долларов США за биткоин. Начали появляться самые разнообразные виды альткоинов, одни приравнивались к национальным валютам (в Венесуэле была создана криптовалюта привязанная к нефти и минеральным ресурсам – Петро), другие создавались в шуточных целях, но сразу набирали популярность (например, МЕМЕ, курс которого за месяц вырос с 12 до 1500 долларов США за единицу).

#### *4 этап – «Бум» на рынке криптовалют (2017 г. – н.в.)*

В рамках этого этапа авторы выделяют два ключевых года: 2017 г. и 2020 г.

К 2017 году большая часть мира было осведомлена о рынке криптовалют, но дискуссии о его сущности оставались открытыми, многих инвесторов «пугала» нестабильность криптовалют и их рискованность. Многие государства также не знали какой подход к регулированию этих финансовых инструментов необходимо использовать.

По мнению авторов, именно в этот период инвесторы оценивали инвестиционную привлекательности рынка криптовалют. Первым толчком к положительному решению инвесторов послужили события апреля 2017 года, когда Япония, как самая технологически развитая страна объявила вступление в действие закона, приравнивающего все криптовалюты к обычным деньгам и легализующий их оборот. Рынок криптовалют отреагировал с задержкой, но уже к середине марта стоимость биткоина выросла в 2 раза и составила 2700 долларов США за биткоин. Альткоины также имели тенденции к росту: курс Stellar Lumens вырос в 8 раз, LuckChain – в 10 раз, Bytecoin и Reddcoin – в 11 раз.

Ключевое событие для рынка криптовалют произошло в конце 2017 года, когда Чикагская биржа опционов (СВОЕ), а затем Чикагская товарная биржа (СМЕ), ввели фьючерс на биткоин. Интерес инвесторов в биткоину резко вырос, а его курс за год изменился с 1000 долларов США за биткоин (в январе 2017 г.) до 19000 долларов США за биткоин в декабре 2017 г.).

После событий декабря 2017 года на рынке криптовалют произошли небольшие коррекции и в динамики их курсов наблюдалась некая стабильность до 2020 года.

Очередной «Бум» на криптовалютном рынке произошел в четвертом квартале 2020 года. Криптовалютой начинают активно интересоваться институциональные инвесторы. После покупки биткоинов компаниями MicroStrategy, Square и Tesla, среднемесячный курс биткоина вырос в 2.1 раза и достиг 22 209 доллара США за биткоин. Предельная стоимость за один биткоин была достигнута в апреле 2021 года и составила 63 162 долларов США.

В целом, развитие рынка криповалют имеет общие черты с развитием глобальной сети Интернет. Изначально многие не верили в успех этих двух проектов, но как показывает практика Интернетом сегодня пользуются если не все, то большая часть населения мира. Криптовалюта имеет схожую тенденцию развития, и возможно через несколько лет человечество будет использовать биткоин, как одну из резервных мировых валют.

### **Список литературы**

1. Информационный ресурс «TTRCoin.com» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ttrcoin.com> (дата обращения: 23.04.2021).
2. Сервис капитализации криптовалют «Coinmarketcap» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.coinmarketcap.com> (дата обращения: 21.04.2021).
3. Информационный ресурс «Investing.com» [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.investing.com> (дата обращения: 25.04.2021).
4. Международное информационное агентство «LetKnow News» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.letknow.news> (дата обращения: 20.04.2021).
5. Информационный ресурс «ProMining» [Электронный ресурс]. – URL: <https://promining.net/> (дата обращения: 16.04.2021).

УДК 378.091. 2

## **ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТНОГО ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**М.В. Семибратский, к.э.н., доцент**

**Белгородский государственный национальный исследовательский университет**

*Аннотация.* В статье рассматривается концепция построения образовательного процесса на программах высшего образования с акцентом на проектный формат обучения. Предполагается, что формирование отраслевых проектных междисциплинарных команд будет способствовать развитию практической составляющей образовательного процесса и обеспечению соответствия требований рынка и навыков, сформированных в ходе учебного процесса.

*Ключевые слова:* проект, междисциплинарные команды, жизненный цикл проекта.

Современные тенденции рынка зачастую не дают сформировать единого представления о квалификации будущего специалиста. Зачастую это особенно касается гуманитарных направлений подготовки, поскольку изменения в профессиональной среде таких направлений происходит особенно быстро. Ввиду этого получается, что готовить студентов под требования работодателя невозможно по той причине, что и сам работодатель не знает с достаточной степени уверенности о том, какой специалист ему будет требоваться в краткосрочной (год-два) и тем более в среднесрочной перспективе. Ввиду этого особую роль приобретают некоторые базовые компетенции и способность студентов адаптироваться и легко входить в новые проекты, реализации которых требует изменяющаяся среда. Одним из способов формирования такого навыка может стать проектное обучение, направленное на решение конкретных задач и реализующиеся в рамках междисциплинарной команды [3, с. 26].



Методологическая база исследования основана на стандартах и нормативных требованиях в области образования. При проведении исследования использовались различные практики организации процесса образования, результаты работ современных и зарубежных ученых.

Практика современных подходов к высшему и дополнительному профессиональному образования, к сожалению, не всегда соответствует требованиям быстроизменяющейся внешней профессиональной среды. Если отрасль ДПО в целом менее зарегламентирована и является более адаптивной, то нормативные требования к системе высшего образования не позволят гибко подойти к конструированию образовательного процесса и не всегда выдерживают требования, предъявляемые бизнес-средой. Данная ситуация детерминирует необходимость поиска новых актуальных форм и методик образовательного процесса, одной из которых, на наш взгляд может стать проектный подход.

Безусловно, модель компетенций современного работника требует хорошо проработанной «жесткой» или профессиональной части. В данном контексте можно считать, что традиционные образовательные технологии достаточно успешно справляются с задачей подготовки специалистов. Однако исследования показывают, что значительное влияние сейчас уделяется метапрофессиональным компетенциям (которые, часто называют *soft skills*, а также могут подразделять на группы цифровых, личностных и иных компетенций). Так, к примеру, согласно анализу, отраженному в материалах *Harvard Business Review*, наиболее востребованными компетенциями в текущей перспективе и ближайшем будущем является набор сквозных компетенций, не относящейся к специфике конкретной профессии, но способствующие успешной деловой практике специалиста [2, с 2]. В настоящей статье нами сделано предположение, что как раз данные компетенцию и будут активно развиваться с помощью проектного обучения. Далее сделаем попытку дать определение подобной образовательной форме.

Российские и зарубежные стандарты в области проектного менеджмента понимают под проектом ограниченную во времени деятельность по созданию новых продуктов, услуг или результатов [1, с. 6]. Вместе с тем, одним из ключевых принципов проектной деятельности является ее целенаправленность и командное взаимодействие. То есть с точки зрения образовательного процесса, под проектным подходом мы можем понимать ограниченную во времени образовательную активность, направленную на достижения конкретного результата (или решения конкретной проблемной задачи), которую выполняет студент или группа студентов. Считаем, что особого внимания заслуживает командный характер взаимодействия, поскольку он способствует формированию у студентов базовых универсальных компетенций: коммуникации, умение работать в команде; межкультурное взаимодействие; ориентация на результат и прочие.

Жизненный цикл реализации проекта можно адаптировать с учетом образовательной специфики и разделить на несколько этапов (Рис.1). Отраженная ниже последовательность носит обобщенный характер и может

быть конкретизирована и адаптирована с учетом типа проекта и специфики задач, который он решает. Важно подчеркнуть, что несмотря на гибкость такой конструкции, важно чтобы содержание жизненного цикла коррелировало с проектной логикой и проект фактически прошел через каждый из этапов цикла.



Рисунок 1 – Жизненный цикл образовательного проекта

Считаем, что проекты в студенческой образовательной среде могут быть нескольких видов в зависимости от итогового результата: учебный, научный и предпринимательский. Учебный проект реализуется с целью отработать навык, сформировать компетенции и не создает какой-либо перспективный результат в итоге его реализации. Научный проект выполняет те же функции, но и еще дополнительно имеет конкретный продуктовый эффект в виде определенной отраслевой научной разработки. Предпринимательским будем считать наукоемкий проект с высокой перспективой коммерциализации, который не ограничивается на создании технологии. Команды проектов такого типа могут стать участниками различных федеральных инновационных конкурсов (например, УМНИК, СТАРТ и пр.) или создают малые инновационные предприятия на базе университета.

Далее опишем особенности каждой стадии жизненного цикла основываясь на нашем опыте реализации проектного подхода к построению образовательного процесса. При формировании команды проекта важно учитывать механику постановки задач и его отраслевую специфику. Если проект направлен на решение учебной отраслевой задачи, тогда команда может быть сформирована из студентов одного направления подготовки, а в свою очередь участники разделяют проектные роли внутри группы. Важно, чтобы в проекте были люди, которые исполняют функции руководителя, администратора, разработчика, человека, который оценивает рынок и жизнеспособность продукта. Более интересной представляется конструкция, когда проектная задача формулируется или представителем бизнес-среды

(решение конкретной проектной задачи), или когда формируется межотраслевая команда в научном или предпринимательском проекте. Наш опыт показывает, что, зачастую, слабым местом наукоёмкого отраслевого проекта, который, к примеру, претендует на участие в конкурсе УМНИК является его маркетинговое и экономическое обоснование. В нашей деятельности есть механика, реализация которой предусматривает дополнение проектной команды студентами как раз на реализацию маркетинговой и экономической функции. Считаем такой подход достаточно ценным для одних и для других, поскольку экономическое и маркетинговое обоснование становится более адекватным, а студенты экономического направления подготовки получают опыт реализации конкретной задачи. Проблемой такого формата взаимодействия может стать низкая вовлеченность студентов и невысокая результативность работ на первых этапах жизненного цикла команды.

Безусловно, цели и задачи должны соответствовать общей логике целеполагания и построения иерархической структуры продукта проекта. Чем менее понятен итоговый продукт, тем больше внимания следует уделить планированию и уточнению ключевых критериев, по которым будет оцениваться успешность реализации проекта. Важно не только отразить продуктовые технические характеристики, но и оценить целесообразность и рыночные перспективы разработки. Формальным итогом стадии инициации может стать, к примеру, упрощенный аналог устава проекта, содержащий в себе ключевые параметры: область реализации проекта, цель, ключевые результаты, ограничения проекта и др.

Стадия планирования проектных работ должна включать в себя определение задач и ключевых действий, которые будут стоять перед командой проекта. Инструментарием для ее реализации может стать декомпозиция проектных работ, сетевые диаграммы, карта стейкхолдеров, плану правления рисками и т.д. Данные инструменты широко отражены в различных стандартах и работах других авторов в области управления проектами. Формализовать данный этап важно календарем с указанием ключевых результатов, которые должны быть достигнуты к определенной дате. Важно, чтобы наставник студенческой проектной команды был активно вовлечен в составление плана работы и использовал данный документ для регулярного промежуточного контроля.

Согласно нашему опыту, стадия реализации проектов участников может быть разделена на несколько тактов по разработке продукта проекта. Первый такт – анализ рынка. На этом этапе участники оценивают емкость потенциального рынка, исследуют потенциал коммерциализации продукта, реализуют мероприятия по анализу клиентского опыта использования смежных продуктов. Важно, что на этом этапе формируется более углубленное уточнение основных параметров и требований к продукту проекта. Следующим тактом реализации проекта является работа над продуктовой составляющей проекта. На основе результатов подготовительного этапа и предыдущего такта команда начинает работу над проектом согласно календарного плана и

распределения ролей. В реализованном нами проектом образовательном интенсиве на базе Белгородского государственного национального исследовательского университета совместно с Университетом НТИ 20:35 в командах были выделены следующие роли: лидер команды, специалисты в области создания продукта (по отраслевой направленности), специалист по маркетинг. Как было указано выше, считаем такой межотраслевой подход эффективным в реализации студенческих проектных инициатив, поскольку он позволяет учесть основные технические характеристики и требования к продукту и основывается на качественном анализе внешней среды. Заключительным шагом являлась подготовка результатов и их презентация заказчику или потенциальному инвестору. Важно, чтобы презентация не ограничивалась исключительно концептуальными представлениями. Необходимо подвести проектную команду к созданию прототипа или MVP.

Этап завершения может быть реализован вариативно, в зависимости от типа проекта, которые мы описывали выше. Если речь идет о образовательном проекте, то, чаще всего, он может быть завершён в формате демонстрации результата и навыка, который был сформирован при помощи проектной технологии. Что касается реализации проектов с продуктовой составляющей, то результатом может стать не только сформированные жесткие и мягкие компетенции участников проектной команды, но и рабочий прототип, который может стать основанием для создания стартапа или малого инновационного предприятия на базе университета. Считаем, что траектория изменения традиционных форм образовательного процесса может быть направлена в сторону проектных форматов обучения, что позволит, на наш взгляд, не только более эффективно развивать разноуровневые компетенции (в том числе и надпрофессиональные компетенции, которые требуют реалии современной среды), но и будет способствовать формированию предпринимательской инновационной культуры.

### ***Список литературы***

1. ГОСТ Р ISO-21500 «Руководство по проектному менеджменту», 2014.
2. Безручко, П. Компетенции неясного будущего [Электронный ресурс] // Сетевое издание «Harvard Business Review Россия» / П. Безручко, Ю. Шатров, М. Максимова – Режим доступа: <https://hbr-russia.ru/karera/professionalnyy-i-lichnostnyy-rost/p26131>.
3. Семибратский, М. Требования к профессиональным и надпрофессиональным компетенциям руководителя проекта // Управление в XXI веке: сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции (НИУ «БелГУ»). – Белгород, 2020. – С. 25-29.

## **СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ОБЪЕКТ ДЛЯ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ИЛИ ИСТОЧНИК ИНВЕСТИЦИИ ДЛЯ СТАРТАПОВ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

**А.В. Хмелев, старший преподаватель  
Сибирский государственный университет  
телекоммуникации и информатики**

*Аннотация.* В данном материале детально с точки зрения финансов разобраны современные печатные средства массовой информации. Так же отдельно разобраны моменты инвестирования в СМИ, и возможные варианты ситуаций, когда само масс медиа может выступать в качестве инвестора.

*Ключевые слова:* издания, денежные средства, инвестиции, проекты.

### **Введение**

На сегодняшний день сфера средств массовой информации продолжает быть одной из самых конкурентных, что так же делает масс медиа (печатные и электронные) потенциально выгодными объектами инвестирования [8, с. 112]. Если внимательно изучить вопрос, то можно сказать, что масс медиа это так же потенциальные инвесторы для стартапов, или производств, а значит это скрытый потенциальный драйвер роста для отечественной экономики. Теперь более детально о каждом моменте.

Высокая конкуренция. В современных реалиях печатные издания конкурируют не только между собой, но и с электронными СМИ, которые в свою очередь конкурируют так же между собой [5; 7]. Получается очень большой информационный рынок, с высокой конкуренцией, и разноплановыми инструментами для повышения конкуренции и сохранения собственной привлекательности (с точки зрения рекламодателей). С одной точки зрения печатные издания ряд исследователей уже списал со счетов признав устаревшими, но при этом вторая точка зрения говорит об обратном [1; 4]. Стоит отметить, что обе точки зрения верны в определённой степени, печатные издания со старым подходом к наполнению (контенту) изжили себя, но при этом печатные издания изменившие принципы наполнения в соответствии с современными требованиями смогли продолжить функционирование. Для большей ясности стоит пояснить – раньше печатная реклама вся была направлена на продажу, сейчас же с этой целью интернет справляется лучше, и печатные издания перешли на имиджевую рекламу. В качестве примера можно рассмотреть издание «Инфосфера», основное наполнение издания в 2013-2017 году составляли поздравления и интервью с руководителями крупных предприятий отрасли связь, а основным способ распространения тиража представляли отраслевые выставки такие как «Связь», «NATEXPO» [2]. На таких выставках, как правило присутствуют все – рекламодатели, их прямые

конкуренты, поставщики, и заказчики, то есть рекламу видят все, с кем можно провести переговоры лично, логично появляется вопрос «какой смысл в такой рекламе»? Данная реклама имела имиджевую ценность – ценилось расположение, чем ближе к началу журнала, тем статусней место, ценился объем с точки зрения конкуренции – у конкурентов полполосы, тогда покупаем разворот. По существу, журнал был своего рода полем для имиджевой конкуренции компаний.

Объект инвестирования. В первую очередь объект для инвестирования, это стабильный и прибыльный объект (даже сейчас многие печатные ресурсы могут собирать от 450 до 10 миллионов за один выпуск) [9; 10]. Для примера можно взять газету «Аргументы и факты на Оби» (Новосибирск) в 2011 году полоса рекламы в ней стоила 192 тысячи рублей. Это информационное издание и по закону «о рекламе» оно не может размещать рекламы больше 45% от объема [3; 6]. При среднем объеме газеты в 32 полосы, объем рекламы равен 14,4 полос, то есть доход с одного выпуска 2 764 800 рублей, в месяц выходит четыре выпуска, что дает в итоге примерно 11 059 200 рублей поступлений с рекламы. Данный пример дает четкое представление, что информационный ресурс это объективно хороший актив, приобретение или вложение в который может принести значительные дивиденды. Так же стоит отметить, тот факт, что сейчас многие крупные печатные издания активно осваивают интернет пространства – продвигают официальные сайты и создают площадки в социальных сетях, и эти действия так же направлены на увеличение денежных поступлений [7 с. 77-78]. Еще одним положительным моментом можно назвать – жизненный цикл издания, если опираться на практику то без изменений (в области наполнения, подачи материала, дизайна) издание существует порядком 15-17 лет, что означает стабильную работу на протяжении порядка десяти лет и стабильную экономическую отдачу.

Источник инвестиции. Как это часто бывает, один нюанс есть производная другого, и если выше было объяснено, почему издание привлекательный актив для инвестирования, то так же эти причины лежат в основе инвестиционного потенциала издания. Издания при грамотном управлении могут иметь большой поток денежных поступлений (рекламы), чаще всего на покрытие расходов (постоянных и сдельных) тратится примерно 40-60%, оставшиеся средства могут идти на разные направления, например, техническое оснащение офиса, формирование резервного капитала, оставшаяся сумма идет на выплаты дивидендов акционерам или учредителям издания. Теперь более подробно о самом важном, а именно, о распределении денежных средств по различным направлениям. В определенной степени, это можно назвать фондами (фонда технического оснащения, резервный фонд, и т.д.). Если допустить, что у издания появится фонд по инвестированию, а основной его целью будет анализ и отбор перспективных стартапов в сфере малого бизнеса и инвестирования реализации. Так для примера, издание из сферы моды и красоты может выступить в качестве инвестора парфюмерного производства. Плюсы данной ситуации для малого бизнеса – издание работает в данной сфере, обладает большим опытом создания рекламы и написания

текстов для продвижения таковой продукции, и имеет денежные средства необходимые для расширения производства (переход от штучного производства к серийному). Плюсы для издания – издание инвестирует (денежные средства и знания) в производство, и получает или приумноженные инвестиции обратно или может получить долю в бизнесе и стабильные дивиденды.

### ***Заключение***

В итоге – современное издание сегодня это структура стабильно функционирующая и развивающаяся, обладающая знаниями и кадрами для разработки конкурентных стратегий, обладающая финансовыми ресурсами. Для множества отечественных стартапов (малых и средних) данные знания и финансовые ресурсы можно сказать, жизненно необходимы, как с точки зрения функционирования, так и в ракурсе развития. Если смотреть на ситуацию шире, то просматривается возможность денежных инвестиций из сферы оказания услуг в сферу производства, что может дать реальный толчок для отечественной экономики.

### ***Список литературы***

1. Журавская О. Брендинг мужского глянцевого журнала в медийном пространстве // Материалы 17-й международной научно-практической конференции «Журналистика-2015: состояние, проблемы, перспективы» 12-13 ноября. – Минск: БГУ, 2015. – С. 11-14.
2. Журнал Инфосфера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://infosfera.sfo.ru/> (дата обращения: 06.09.2016).
3. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 07.06.2017) «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/) (дата обращения 07.07.2017)
4. Зверева Е.А. Бумажная пресса в условиях цифровизации медиасистемы // Материалы 21-й международной научно-практической конференции «Журналистика-2019: состояние, проблемы, перспективы» 14-15 ноября. – Минск: БГУ, 2019. – С. 137-141.
5. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
6. Прайс-лист «АиФ на Оби» [Электронный ресурс]. – <https://nsk.aif.ru/static/2965172> (дата обращения: 22.01.2021).
7. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под общ. ред. В. В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2019. – 116 с.
8. Тамберг В., Бадьин А. Бренд. Боевая машина бизнеса. – М.: «Олимп-Бизнес», 2005. – 240 с.
9. Хмелев А.В. Анализ проблем и рисков процесса укрупнения и усиления современных печатных СМИ / А.В. Хмелев // Вестник НГУЭУ. – 2017. – № 3. – С. 299-310.

10. Хмелев А.В. Инвестиционная привлекательность современных печатных СМИ в эпоху полномасштабной информатизации общества // Материалы 20-й международной научно-практической конференции «Журналистика-2018: состояние, проблемы, перспективы». – Минск: БГУ, 2018. – С. 433-435.

УДК 351.85

## **РАЗВИТИЕ ПОДХОДОВ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ НОВОГО ТИПА КУЛЬТУРЫ**

**Е.Г. Ходжаян, старший преподаватель  
Ульяновский государственный университет**

***Аннотация.** Осмысление роли культуры в условиях перехода к экономике инновационного типа ставит перед государством задачи модернизации работы в целях сохранения самобытности российской культуры, поддержания для культурных благ равных условий доступа, формирования и развития духовно-нравственного потенциала человека, что объясняет высокий уровень требований к государственному регулированию. В статье прослеживается постепенное замещение административных методов государственного регулирования экономико-правовыми методами экономического стимулирования.*

***Ключевые слова:** культура, государственное регулирование, культура как отрасль социальной сферы, управление процессами развития культуры территорий.*

На протяжении обширного временного промежутка преобладающий тип культуры определялся господствующим общественным строем. В настоящее же время значение культуры для социума определяется ее взаимодействием с разными сферами общественной жизни и первоочередно взаимодействием культуры и экономики.

Экономика определяет культурное богатство общества совокупностью всех продуктов культуры, где каждый выступает базовым элементом. Они обладают особыми эмоционально определяемыми характеристиками, что позволяет им реализовать не материальные, а интеллектуальные, эстетические и духовные потребности людей, поскольку для любого здравомыслящего человека эти ценности важны не меньше материальных.

Специфика функционирования культуры в рыночной среде происходит из того, что модели хозяйствования, способные эффективно работать в сфере материального производства, в чистом виде непригодны для духовного производства.

В современном российском обществе значительную часть рыночного регулирования сферы культуры осуществляет государство, и именно государство имеет основополагающее значение в вопросе развития культуры.



Тем не менее стихийный характер течения многих процессов в данной сфере [2, 4] рождает споры о необходимости управления формирующими культуру и ее продукт институтами и роли государственного регулирования.

Государственная культурная политика может быть охарактеризована совокупностью действий, производимых институтами культуры, которые поддерживают воспроизводство актуальных форм культурных активностей в пределах ведомственной компетенции, ограниченного бюджета, кадрового функционала и соответствующих времени методик.

Стратегический подход к проектированию культурной среды различается в зависимости от модели культурной политики. В XXI веке философия модернизации приводит к пересмотру роли и функции культурной политики, смещая акценты в сторону социального масштабирования современной культуры и поднимая вопрос формирования рынка культурной индустрии, направленной на воспитание общества как ее потребителя.

Актуальными задачами государства в рамках культурной политики являются продвижение социально-оправданных учреждений культуры, поддержка общественного партнерства, формирование ценностных основ духовной жизни, охранение культурного наследия, а также организация предпринимательской деятельности.

Основным документом, который регулирует процессы культурного развития в Российской Федерации, а также формирования и совершенствования государственных и муниципальных программ, являются Основы государственной культурной политики [1].

Основами впервые в новейшей истории России ставится задача разработки и реализации государственной культурной политики, направленной на формирование гармонично развитой личности и укрепление единства российского общества посредством приоритетного культурного и гуманитарного развития.

Новая система управления процессами культурного развития не отменяет, а встраивает в себя существующую систему управления сферой культуры. В настоящее время сфера культуры в России включает органы государственного управления и власти, государственные и негосударственные организации, в т. ч. научные организации, занимающиеся исследованиями в сфере культуры и созданием культурных благ.

Принимая настоящие Основы, государство возводит культуру в ранг национальных приоритетов и признает ее важнейшим фактором роста качества жизни и гармонизации общественных отношений, залогом динамичного социально-экономического развития, гарантом сохранения единого культурного пространства и территориальной целостности России.

Стратегическое и тактическое управление процессами культурного творчества может быть представлено многоуровнево как совокупность действий, предпринимаемых в целях деятельности существующих и вновь создаваемых институтов культуры, обеспечивающих разнонаправленное воспроизводство качественной интеллектуальной продукции и культурно-

просветительских услуг в условиях ограниченного наличия финансовых и творческих ресурсов с использованием инновационного инструментария.

Потребности в культурных товарах и услугах отражаются в тех задачах, которые общество ставит перед учреждением культуры, рассматривая его как учреждение, способствующее социализации личности и ее адаптации к экономическим реалиям. На вершине иерархии целей учреждения культуры преобладают социально-культурные аспекты содержания деятельности: сохранение культурных ценностей и традиций; эстетическое и нравственное воспитание населения и, в частности, социально-незащищенных слоев; поддержание культурного престижа нации, государства, региона; развитие художественного творчества и других видов культурной деятельности как самоценных областей жизни общества.

Культура представляет собой такую сферу, где изолированно друг от друга командный или отраслевой подход и даже территориальный показывают свою необоснованность [3]. Культурная жизнь – это не просто совокупность культурных потребностей и средств их реализации, но новый органический уровень, пространственный комплекс с определенными связями с данными пространственными социально-экономическими условиями.

В этом смысле автор придерживается теории о культурном пространстве как объекте экономических отношений, в которой нашли отражение не только экономические, но и философские, культурологические, искусствоведческие, географические, исторические, политические грани культуры, и разделяет данную точку зрения в том, что рассмотрение сферы культурной деятельности в общем контексте открывает новые возможности ее теоретического познания и практической организации.

С 1 января 2019 года в России началась реализация национального проекта «Культура». Национальные проекты выступают новой организационно-экономической формой государственного регулирования, основанной на соединении отраслевого и проектного методов управления, что обеспечивает интегральный эффект и межведомственную координацию хозяйственной деятельности. Реализация проектов во многом возложена на субъекты.

Существующая стратегия ресурсного обеспечения реализации приоритетных задач в социальной сфере ориентирует власть на развитие инновационных форм деятельности, включая привлечение представителей предпринимательского сообщества к решению существующих социально-значимых проблем.

Механизм активизации потенциала локального развития с сохранением точечной помощи центра может умножить региональные ресурсы, взаимно дополняя друг друга.

### ***Список литературы***

1. Основы государственной культурной политики: [утверждены Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 года № 808] // СПС

Кодекс [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/420242192> (дата обращения: 03.05.2021).

2. Гусейнова Г.М. Инновационное развитие сферы культуры как фактор роста экономики страны / Г.М. Гусейнова, А.М. Гусейнов // Научно-аналитический журнал Вестник Санкт-Петербургского университета Государственной противопожарной службы МЧС России. – 2016. – № 4. – С. 137-143.

3. Есаков В.А. Характер, цели, задачи и методы управления отраслью культуры в современных условиях / В.А. Есаков // Общественные науки и современность. – 2005. – № 3. – С. 52-60.

4. Матецкая М.В. Институциональные преобразования в социально-культурной сфере России в рыночных условиях: специальности 08.00.01 «Экономическая теория», 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Матецкая Марина Владимировна; Санкт-Петербургский государственный университет: Санкт-Петербург. – 2007. – 196 с.

УДК 339.138

## **МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ЗУБНОЙ ПАСТЫ**

**В.Е. Чаринцова, студентка**

**К.А. Коновалова, студентка**

**Д.В. Кичигина, студентка**

**Науч. рук-ль – к.э.н., доцент С.Н. Прядко**

**Белгородский государственный национальный исследовательский  
университет**

***Аннотация:** В статье представлены результаты маркетингового исследования регионального рынка зубных паст. Исследование проводилось в виде онлайн опроса в марте 2021 года. В результате исследования были сформулированы выводы и рекомендации для производителей данного рынка.*

***Ключевые слова:** маркетинговое исследование, рынок зубных паст, онлайн опрос, поведение потребителей.*

Маркетинговое исследование является важным направлением деятельности современных компаний.

Информация, полученная в ходе исследования, позволяет разрабатывать стратегию компании, корректировать маркетинговые политики, принимать более обоснованные управленческие решения.

В статье представлены результаты маркетингового исследования рынка зубных паст.

Исследование проводилось с помощью использования онлайн опроса в Google форм [1].

В исследовании приняли участие 99 респондентов. Выборка исследования была сформирована при помощи онлайн калькулятора [2].

Исследование было проведено в виде простого бесповторного отбора в марте 2021 года.

Анализ вторичной информации о рынке показал, что в 2020 году рынок оценивался в 7,8 млн упаковок или 1,65 млрд рублей (по данным DSM Group) [3].

С целью уточнения параметров регионального рынка нами был проведён опрос потребителей зубных паст города Белгорода.

Исследование показало, что:

---

#### 1. Сколько раз в день Вы чистите зубы?

99 ответов

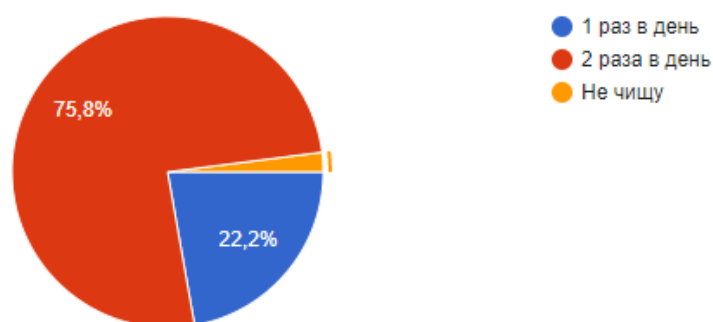


Рисунок 1 – Частота чистки зубов

По результатам опроса можно сделать вывод, что больше половины 75,8% респондентов чистят зубы 2 раза в день, а 2% не чистят вообще.

#### 2. Как часто Вы меняете зубную щетку?

99 ответов

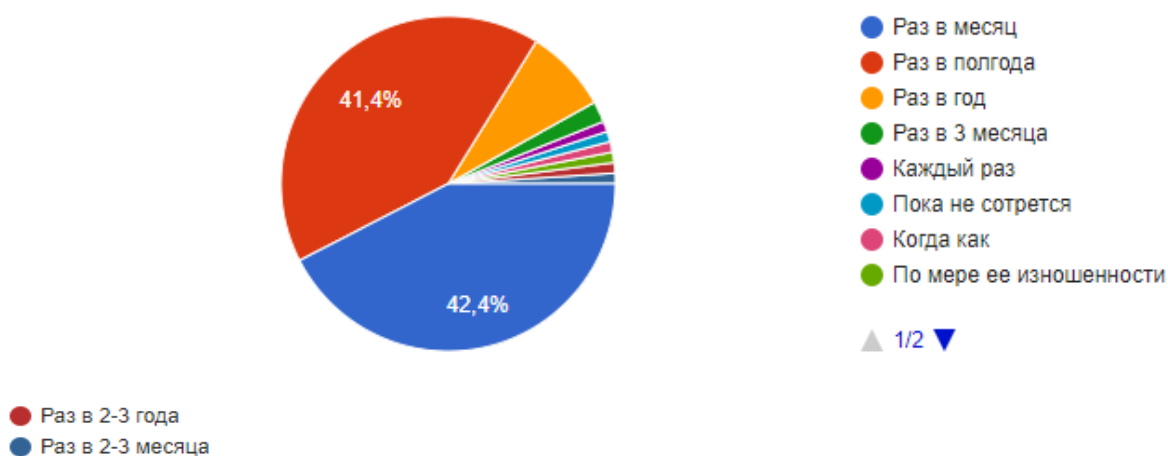


Рисунок 2 – Периодичность смены зубной щетки

По результатам опроса можно сделать вывод, что почти одинаковое процентное соотношение у респондентов, которые меняют зубную щетку раз в месяц и раз в полгода.

### 3. Часто ли Вы посещаете стоматолога?

97 ответов

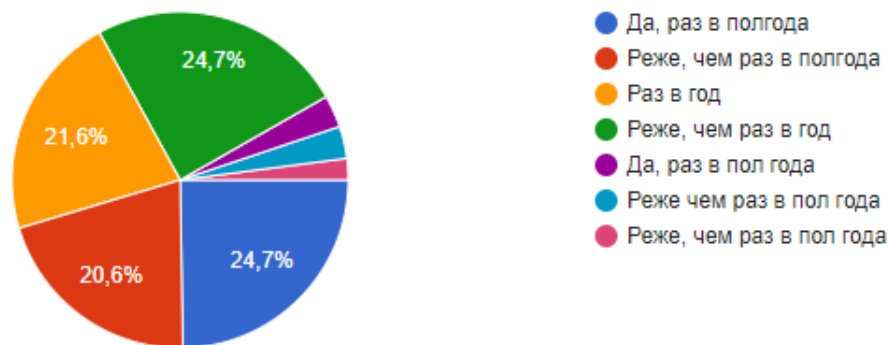


Рисунок 3 – Регулярность посещения стоматолога

По результатам опроса можно сделать вывод, что все варианты ответов имеют почти равный процент, но преобладает: посещение стоматолога реже, чем раз в год и реже чем раз в полгода.

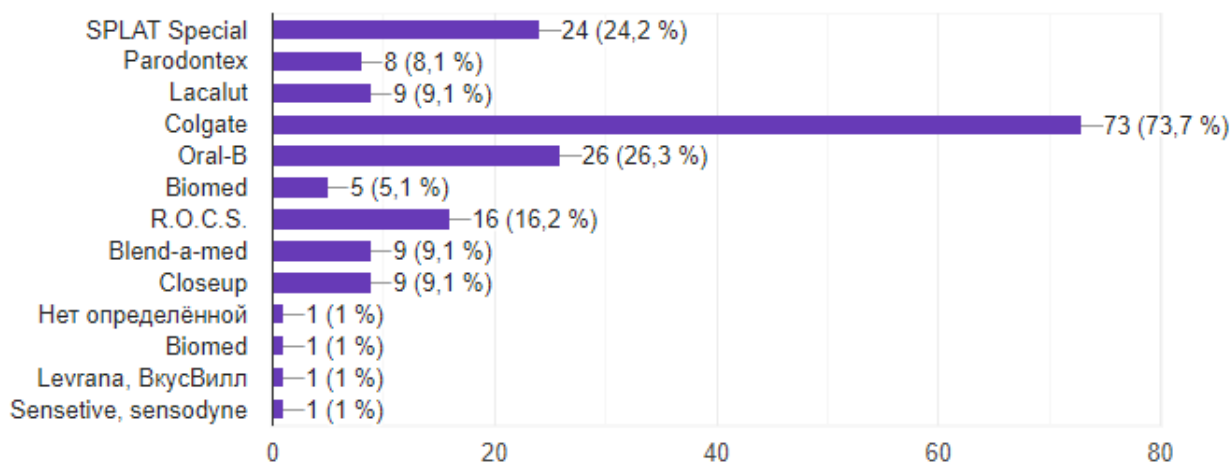


Рисунок 4 – Выбор приоритетной марки зубной пасты

Исходя из выбора респондентов предпочитаемой марки зубной пасты, можно сделать вывод, что марка, которую мы предлагаем потребителям, является наиболее популярной.

### 5. Сколько Вы готовы заплатить за качественную зубную пасту?

99 ответов

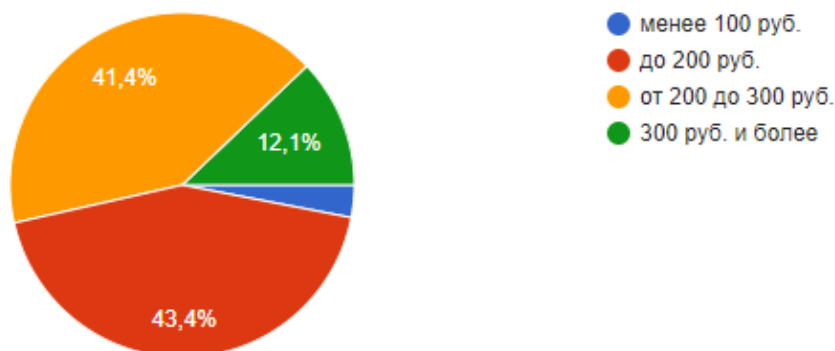


Рисунок 5 – Приемлемая стоимость зубной пасты

Получив ответы на поставленный вопрос, можно сделать вывод, что в среднем респонденты готовы отдать за качественный продукт около 200 руб.

### 7. Какую продукцию Вы покупаете от компании Colgate?

99 ответов

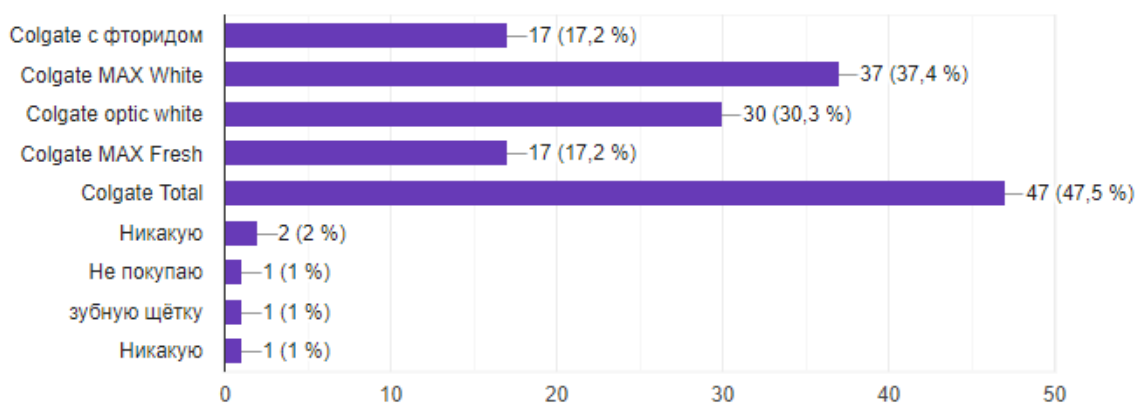


Рисунок 6 – Спрос на продукцию компании Colgate

Исходя из выбора респондентов, можно сделать вывод, что первое место по актуальности занимает ColgateTotal, второе – ColgateMAXWhite, а третье – Colgateopticwhite.

## 10. Какой ежемесячный доход в Вашей семье?

99 ответов

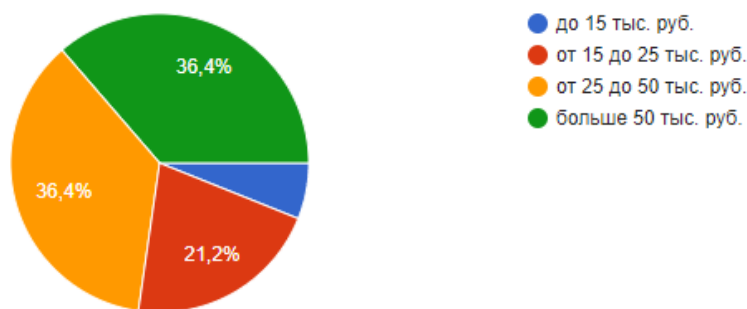


Рисунок 7 – Ежемесячный доход респондентов

Распределение респондентов по доходу было следующим: от 15 до 25 тыс. руб. – 21,2%; от 25 до 50 тыс. – 36,4 %; больше 50 тыс. руб. – 36,4 %.

Таким образом, можно сделать вывод, что среди своих конкурентов зубная паста Colgate лидирует. Процент респондентов, отдающих предпочтение зубной пасте торговой марки Colgate – 73,7%. Распределение популярности зубных паст компании следующее: первое – Colgate Total, второе – Colgate MAX White, а третье – Colgate Optic White.

### **Список литературы**

1. Официальный сайт GoogleForm [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.ru/intl/ru/forms/about/>.
2. Официальный сайт socioline.ru/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socioline.ru/rv.php>.
- 3/ Официальный сайт DSM Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dsm.ru/news/1309/#:~:text>.

УДК 33.331.1

## **ПРОБЛЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ**

**К.С. Шаронова, студентка**

**В.С. Пудухин, студент**

**Науч. рук-ль – д.э.н., профессор Н.А. Симченко**

**Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского**

*Аннотация. В данной работе рассмотрены основные аспекты корпоративной культуры, а также охарактеризованы её два вида: здоровая и нездоровая. Были выделены основные проблемы корпоративной культуры и способы их решения. В заключении указаны причины развития корпоративной культуры в современных организациях.*

*Ключевые слова:* корпоративная культура, проблемы, здоровая корпоративная культура, нездоровая корпоративная культура, ценности компании, нездоровая конкуренция.

Изучение корпоративной культуры – это направление, отражающее проблемы и риски, которые могут появляться в фирмах. Сама корпоративная культура предполагает совокупность общительности и солидарности в организациях. Она содержит в себе ценности, этику, взгляды, восприятие, атмосферу, разделяемые работниками компании с целью достижения общих целей и задач.

Корпоративная культура, согласно определению, оказывает большое влияние на функционирование компании. Многие фирмы в наше время с помощью корпоративной культуры способны более эффективно управлять стратегическим развитием, что направляет весь персонал фирмы на всеобщие цели, обеспечение результативного взаимодействия и выражение инициативы в ходе работы.

Здоровая корпоративная культура и инвестиции в неё имеют все шансы увеличить приверженность и эффективность работников, в то время как нездоровая культура способна замедлять рост фирмы или даже содействовать банкротству бизнеса.

Корпоративная культура как механизм управления направлена на то, чтобы принимать во внимание не только лишь целевые концепции компании, но и персональные цели работников, для того чтобы заинтересованность сотрудника действовать тем или иным способом стала его «кровным интересом» в рамках целей организации. Обозначенный процесс не вызывал бы вопросов, в случае если корпоративная культура не развивалась в индивидуализированном обществе, обуславливающим трудности управления персоналом [1].

Следовательно, можно выделить одну из основных проблем корпоративной культуры: потеря собственного «Я» сотрудника фирмы. Из-за определённых стандартов, навязанных предприятием, он вынужден усвоить тот тип личности, который ему предлагают, для того, чтобы стать похожим на других сотрудников. Это может привести к тому, что компания перестанет развиваться, так как работники, способные привнести что-то новое и инновационное, будут стоять перед внутренним выбором: раствориться в культуре предприятия или остаться при своём «Я».

Для решения данной проблемы рекомендуется придерживаться принципа свободы во время формирования корпоративной культуры. Любому человеку необходимо чувство независимости, иначе личность, зажатая в неприемлемые ей рамки, придет к внутреннему конфликту. Можно посоветовать руководителям компании деликатнее ограничивать личную свободу всеобщими ценностями и целями фирмы. При увеличении ощущения независимости в организации, работник станет вернее следовать основам коллектива.

Ещё одной проблемой при формировании корпоративной культуры является неправильная постановка ценностей и целей компании. Когда



организация начинает вводить такие нормы, принципы и ценности, которые не соответствуют набору ценностей сотрудников, то они начинают отторгать их внутренне, что может привести к отказу от всей организации в целом.

Следовательно, для того чтобы избежать данной проблемы, рекомендуется не приводить к внутреннему конфликту сотрудников в выборе между собственными духовными ценностями и корпоративной культурой фирмы.

Следующей немаловажной проблемой культуры организации является недостаток общения среди рабочей команды. Когда на предприятии отсутствует командная атмосфера, компания может столкнуться с тем, что работники достаточно быстро становятся токсичными по отношению друг к другу. Вследствие этого не стоит удивляться тому, что одна из вещей, которую можно получить в неправильной корпоративной культуре – это плохая внутренняя коммуникация [2, с. 37].

Для решения этого вопроса можно устраивать мероприятия по сплочению коллектива вне рабочего времени. Таким образом, налаживаются взаимоотношения в коллективе, что в свою очередь улучшает продуктивность всей организации.

Во многих компаниях существует нездоровая конкуренция, что способствует нарушению отношений между работниками [2, с. 37]. Корпоративная культура должна пресекать данный вид конкуренции, так как это может повлечь за собой множество проблем, вплоть до вредительства среди коллектива. Чтобы такого не происходило руководство компании должно справедливо оценивать деятельность каждого сотрудника и объективно вознаграждать её.

Плохой корпоративной культурой является культура, при которой взаимодействие между руководителями и подчиненными сводится к раздаче указаний, обратную связь от коллектива руководство никак не получает и не стремится ее приобрести, обсуждение насущных вопросов также сводится к минимальному количеству [3, с. 12]. Для того, чтобы избежать данной ситуации начальству следует более внимательно относиться к своим подчиненным, интересоваться их взглядами на определенные вопросы.

Корпоративная культура предполагает большую область явлений материальной и духовной жизни коллектива: преобладающие в нем нравственные нормы и ценности, утвержденный кодекс поведения и устоявшиеся ритуалы, традиции, которые создаются с момента создания компании и разделяются множеством её работников.

Многие теоретики выделяют основное определение корпоративной культуры: это воплощение взаимоотношений сотрудника к основным ценностям, убеждениям и традициям предприятия. Культура выражается через празднование успехов компании, осуществление корпоративных собраний, соблюдение обычаев и традиций.

Чтобы корпоративная культура была наиболее эффективной, требуется освободить руководителя от некоторых обязанностей. Культура может задавать продолжительную цель существования компании, формирует коллективные

стандарты, которых необходимо придерживаться для более продуктивного достижения целей, доказывает правильность поставленных целей и стандартов сотрудникам предприятия и, в конечном результате, внедряет систему передачи уже существующих ценностей новым приверженцам.

### **Список литературы**

1. Шаталова, Я.А. Проблемы управления персоналом в рамках корпоративной культуры / Я.А. Шаталова // Управление в социальных и экономических системах. – 2016. – № 25. – С. 136-137.

2. Дышекова, В.Р. Проблема формирования корпоративной культуры малого и среднего бизнеса / В.Р. Дышекова // Вестник Белого генерала. – 2021. – № 6. – С. 31-39.

3. Коновалова, В.Г. Когда корпоративная культура может стать проблемой: проявления и причины «токсичности» / В.Г. Коновалова // Вестник университета. – 2019. – № 6. – С. 11-18.

УДК 339.138

## **МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА КОНТРАЦЕПТИВОВ**

**В.А. Шестаков, студент**

**В.И. Долгая, студентка**

**Науч. рук-ль – к.э.н., доцент С.Н. Прядко**

**Белгородский государственный национальный исследовательский  
университет**

*Аннотация.* В статье представлены результаты маркетингового исследования регионального рынка контрацептивов. Исследование проводилось в виде онлайн-опроса в марте 2021 года. В результате были сформулированы выводы и рекомендации для производителей данного рынка.

*Ключевые слова:* маркетинговое исследование, контрацептивы, онлайн-опрос, поведение потребителей.

Маркетинговые исследования являются важным направлением деятельности современных компаний. Информация, полученная в ходе маркетинговых исследований, позволяет разрабатывать стратегию компании, корректировать маркетинговые политики, принимать более обоснованные управленческие решения.

В статье представлены результаты маркетингового исследования рынка контрацептивов. Исследование проводилось в виде онлайн-опроса при помощи сервиса GoogleForms [1]. В исследовании приняли участие 112 респондентов. Выборка исследования была сформирована при помощи онлайн-калькулятора [2]. Исследование было проведено в виде простого, бесповторного отбора респондентов в марте 2021 года.

Анализ вторичной информации о рынке показал, что в 2020 году рынок оценивался в 4,8 млрд. рублей [3]. С целью уточнения параметров регионального рынка нами был проведен опрос потребителей контрацептивов города Белгород.

У вас есть партнер?  
112 ответов

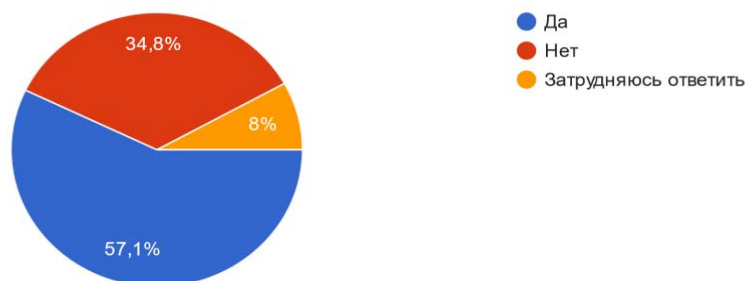


Рисунок 1 – Наличие партнера

Опрос показал, что у 57% респондентов имеется партнер (рис. 1). И 54,5% опрошенных пользуются контрацептивами (рис. 2).

Вы пользуетесь контрацептивами?  
112 ответов

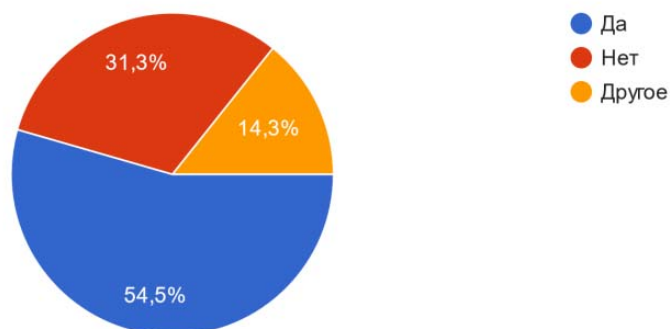


Рисунок 2 – Использование контрацептивов

Приемлемая цена контрацепции поделилась поровну от 100 до 400 и более (рис. 3), но всё-таки почти 30% потребителей готовы заплатить 400 рублей и более.

Какая цена контрацепции для Вас приемлема?

108&nbsp;ответов

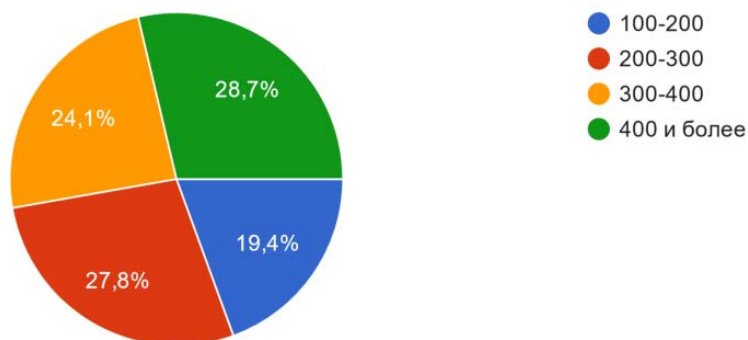


Рисунок 3 – Приемлемая цена

Почти 63% респондентов ориентируются при выборе контрацептивов на качество продукции, на цену и отзывы ориентируются примерно одинаково – 13,4% и 14,4% соответственно (рис.4).

На что Вы ориентируетесь в первую очередь?

97&nbsp;ответов

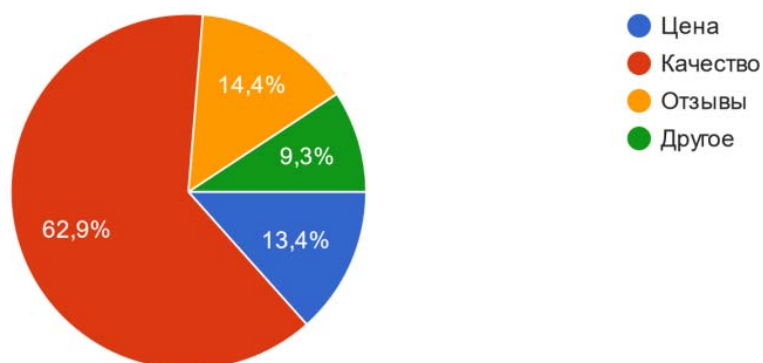


Рисунок 4 – Ориентация на первый взгляд

Большая часть опрошенных, а именно 63,9%, заботится о себе, чем о своем партнере (рис.5).

Вы скорее заботитесь о себе или о партнере?

97 ответов

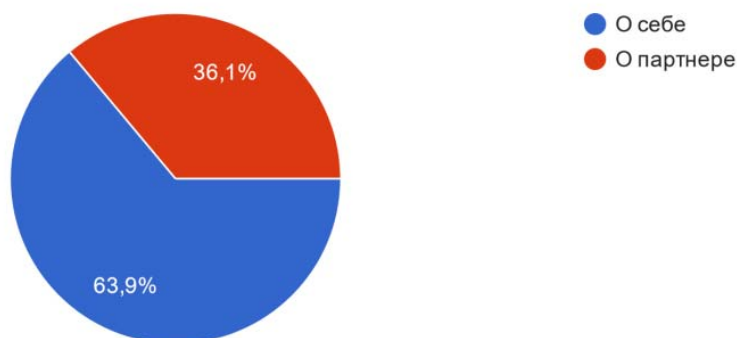


Рисунок 5 – Забота

73% опрошенных знают о ЗППП и об их передаче, но и почти одна десятая часть нет, что говорит о проблемах в обществе, касающихся этой важной темы (рис. 6).

Знаете ли вы о зппп и об их передаче?

111 ответов

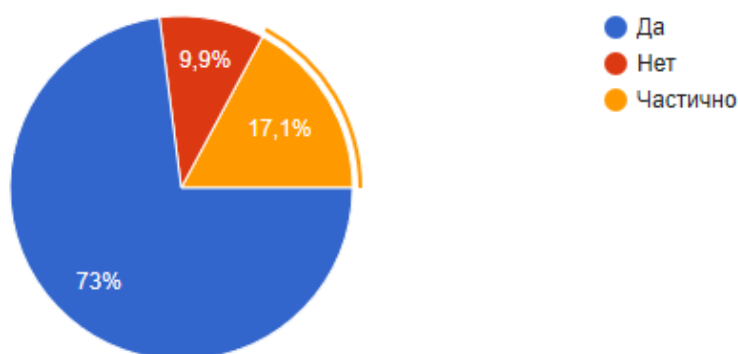


Рисунок 6 – ЗППП и их передача

Вопрос об использовании продукции «Durex» поделился почти поровну, поэтому можно сделать вывод, что продукция известна и распространена в городе Белгород, а также занимает значительную долю рынка (рис. 7).

Вы когда-нибудь пользовались продукцией «Durex»?

112 ответов

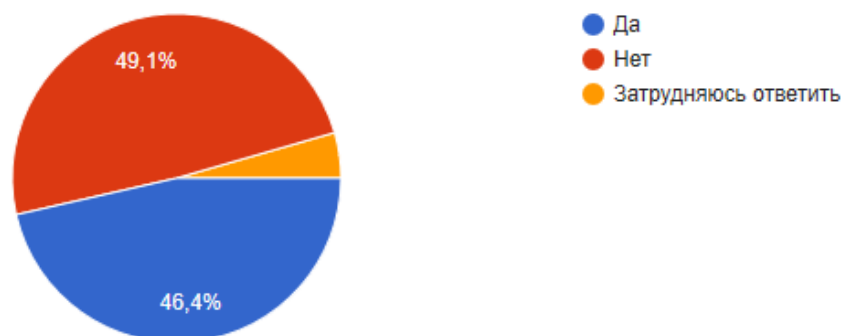


Рисунок 7 – Пользование продукцией «Durex»

Таким образом, исследование показало, что продукция «Durex» достаточно известна в городе Белгород, около 50% при выборе используют данную марку, основным фактором при выборе является качество контрацептивов, основным мотивом использования является забота о самом себе.

#### **Список литературы**

1. Официальный сайт GoogleForms [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.google.com/forms>.
2. Официальный сайт Socioline.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socioline.ru/rv.php>.
3. Обзор аптечных продаж средств барьерной контрацепции в январе-августе 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dsm.ru/news/1312/>.

УДК 332.025.12

### **РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ**

**И.А. Ярыгин, аспирант,  
Новосибирский государственный университет экономики и управления  
«НИНХ»**

*Аннотация.* В статье мы рассмотрим развитие методических инструментов системы государственного регулирования и поддержки предпринимательства в регионах. Поскольку система государственного регулирования это целых механизм, то мы его рассмотрим с нескольких сторон и выявим основные инструменты воздействия государства на

*экономику, через механизмы воздействия и методы регулирования государства экономики. Предметом исследования выступит система государственного регулирования и поддержки малого и среднего предпринимательства. Результатом исследования будет рассмотренная и изученная методологическая инструментария системы государственного регулирования и поддержки предпринимательства в регионах, а также будет раскрыта тема развития мер поддержки в регионах.*

**Ключевые слова:** *методологический инструментарий, государственная поддержка и регулирование, предпринимательство, методы регулирования, малое и среднее предпринимательство.*

Российская Федерация включает в себя восемьдесят пять равноправных субъекта, которые обладают обширными территориями и различными предпосылками для организации хозяйственной деятельности. Каждый субъект располагает своими факторами производства и экономическим потенциалом. Базовые условия мер государственной поддержки позволяют увидеть величину и динамику производимого ВВП, рост доходов населения, а также уровень социально экономического развития административно-территориальных образований.

Однако, в настоящее время учитывая экономические условия и направление российской экономики, стоит выделить, что приоритетным на данным момент является создание благоприятных условий для развития методов системы государственного регулирования, развития малого и среднего предпринимательства и поддержки предпринимательства в регионах. При постановке концепции государственного воздействия на экономическую систему необходимо понимать и наиболее эффективно воспользоваться надежными инструментами, направленные на определенные объекты. Государственное воздействие происходит путем инструментов – это комплекс мер, действий государства в лице правительства, направленных на становление основных социально-экономические процессов (налоги, кредиты, законодательные акты).

Существуют основные формы взаимодействия государства на экономику. Первое и непосредственное – непосредственное вмешательство посредством административных ресурсов, которые основываются на силе государственной власти и содержат в себя меры разрешения, запрета и принуждения. В этом случае государство использует правовые инструменты. Все программы правительства принимаются, как официальный документ и направлены на исполнение в органы власти. Помимо этого, законодательная система устанавливает законодательно порядок условий, действий и возможностей применения договоров, сделок в экономической сфере для физических и юридических лиц. Документы формируют правила, в основе которых формируются взаимоотношения между экономическими агентами.

В деятельности органов власти законодательные акты являются начальным и основным этапом. Для начала принимается и подписывается законодательный акт, после выделяются необходимые ресурсы, обязанности и

права, которые в дальнейшем передаются на более низшие ступени органов власти для исполнения законодательного акта. Поскольку, с построением цифровой экономики в России и переходом к шестому технологическому укладу, которое сопровождалось трансформацией отношений в экономике и обществе. Для решения таких задач были обозначены контуры в Указе Президента Российской Федерации В. В. Путина «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [9], которые направлены на улучшение условий труда и жизнедеятельности населения, на создание высокопроизводительных рабочих мест, повышение уровня региональной и муниципальной экономики, обновление материально-технической базы.

Вторая форма воздействия государства на экономику осуществляется косвенно с помощью таких экономических инструментов, как: налоги, дотации, государственные и ценные бумаги. Стоит отметить, что экономические ресурсы государственного регулирования выделяют на средства денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики, концепции и инструменты. Результаты небольшой части воздействия и использования инструментов государство, а именно правительство приобретает денежные средства в виде налогов, взносов в бюджет государства и также за счет иных экономических инструментов (субсидии, дотации, социальные трансферы) распределяет государственный бюджет в качестве поддержки малого и среднего предпринимательства, физических лиц. Под социальными трансфертами понимаются пенсии, социальные пособия по временной нетрудоспособности, инвалидности, так осуществляется косвенная передача населению государственных ресурсов в денежной и натуральной форме на безвозмездной основе. Дотации – денежные средства, выделяемые из государственного и местных бюджетов региона для оказания финансовой поддержки убыточным предприятиям. Убыточные предприятия – это предприятия, у которых денежная выручка от продажи производимого продукта меньше издержек на производство и продажу данного продукта, которая не может своим бюджетом покрыть разрыв между доходами и расходами в таком случае для поддержки малого и среднего предпринимательства, государство выделяет предприятию дотации на мясо, зерно.

Следующий вид экономического инструмента, субсидия – поддержка выплатами из специальных бюджетных и внебюджетных фондов местным органам власти, юридическим и физическим лицам. Основные свойства субсидии: безвозмездность, однако с возможным возвратом средств, целевой характер, софинансирование (на условиях долевого финансирования). Для малого и среднего предпринимательства в Новосибирской области действуют субсидии в качестве грантов на развитие, стартап организации, которые проводятся на конкурсной основе. А также осуществляется косвенная поддержка субсидирования при льготном налогообложении [6]. Субвенция – вид денежной помощи местным органам власти со стороны государства, выделяемой на определенный срок, на конкретные цели. Например, целевая субвенция для развития малого и среднего предпринимательства в регионе,



выделенная из федерального бюджета. В отличие от дотации субвенция подлежит возврату в случае не целенаправленного использования и не выполнения программ, целей в установленный срок. Бюджетным кодексом РФ предусмотрено предоставление субвенций бюджетам субъектов Российской Федерации из федерального бюджета, а также местным бюджетам из бюджета субъекта Российской Федерации регионального фонда компенсаций [15].

И третья форма воздействия государства на экономику – административные инструменты. Такая форма воздействия применяется только органами власти и в пределах своих полномочий, прежде всего это запретительные, разрешительные, регламентирующие инструменты, к ним относятся условия получения ресурсов на земельный участки, субсидии для аренды помещения, правила регистрации предприятия, запреты или разрешения на осуществление конкретных видов деятельности. К административным инструментам можно отнести квоты – ограничения на производство продукции, ввоз и вывоз товаров, выбросы отходов. А также вводимые государством количественные параметры, обязательные для исполнителей: минимальный размер заработной платы, размер ставки рефинансирования.

В систему поддержки малого и среднего предпринимательства входит:

- нормативно-правовое обеспечение;
- коммерческие и некоммерческие организации, работа которых направлена на развитие субъектов малого бизнеса (корпорации, фонды, агентства, госкорпорации);
- государственные органы, обеспечивающие и формирующие реализацию политики в области развития малого и среднего предпринимательства.

Также стоит отметить, что в Новосибирской области не предусмотрена подпрограмма, область напрямую ведет реализацию государственной программы. В соответствии с этим Правительство Новосибирской области выделяет следующие целевые индикаторы программы: количество субъектов малого и среднего предпринимательства, доля обрабатывающей промышленности в обороте субъектов, доля среднесписочной численности работников, коэффициент «рождаемости» субъектов малого и среднего предпринимательства, количество вновь созданных рабочих мест.

Анализ результативности событий государственного регулирования и поддержки развития малого предпринимательства выполняется в соответствии с Указами Президента РФ №596 и №1276, а также распоряжение Правительства РФ от 10.04.2014 № 570-р. на основе следующих показателей:

- прирост оборота продукции и услуг малых предприятий в процентах к предыдущему году;
- увеличение числа субъектов малого предпринимательства в регионе в процентах к предыдущему году.

Также расценивая результативность и эффективность стоит принимать во внимание объёмы финансовых ресурсов, направленных из федерального, регионального, муниципального бюджета на государственную поддержку

малого бизнеса. Так, в 2017 году на реализацию мероприятий государственной программы было выделено 17, 366 млн. руб., в том числе 2, 381 млн. руб. из федерального бюджета, 734, 257 тыс. руб. и бюджета Новосибирской области, 131,895 тыс. руб. из местного бюджета Новосибирской области и 14,118 млн. руб. из внебюджетных источников [11].

Региональные органы власти административно несут ответственность за целевое использование и за продуктивное и результативное использование государственных бюджетных средств при осуществлении мер поддержки малому и среднему бизнесу.

Опираясь на главные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства Новосибирской области: средняя численность работников 318819 в 2015 году увеличилась до 325959 в 2019 году, общий оборот предприятий увеличился с 1321921,0 в 2015 году до 1674444,9 в 2019 году, таким образом, можно сделать вывод, что государственная поддержка и регулирование положительно влияют на развитие малого и среднего предпринимательства в Новосибирской области.



Рисунок 1 – Характеристика показателей деятельности малых и средних предприятий в Новосибирской области с 2015-2019 гг.

Эффективность развития малого и среднего предпринимательства можно проследить по количественным показателям с учетом оказываемого воздействия мер государственной поддержки. Для того, чтобы развитие малого и среднего предпринимательства было эффективно и рационально, необходимо выбрать меры поддержки органами государственной власти и события, которые наиболее эффективны. Верный подбор событий открывает возможности результативно оказывать воздействие на остальные факторы и ресурсы, а также на развитие благоприятных условий предпринимательства. К примеру, развивая человеческие и информационные факторы, а именно совершенствуя систему образования в целях формирования компетенций для осуществления предпринимательской инициативы, что способствует пропаганде предпринимательской деятельности среди молодежи в возрасте с 18 до 35 лет. Развивая два фактора, происходит стимулирование и развитие

институционального фактора, а именно создание новых малых и средних предприятий [1, 2].

Таким образом, для эффективного совершенствования мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства необходимо формировать органы координации по развитию малого бизнеса и создавать механизмы применения инструментов государственного воздействия на экономику.

Однако, важен не только выбор эффективных инструментов для влияния на экономические объекты, но и спланированный и продуманный механизм использования этих инструментов. Система государственного воздействия на экономику – целенаправленная последовательность вмешательств правительства в социально-экономические процессы и использования отдельных инструментов регулирования экономики.

Поскольку, мы рассмотрели инструменты воздействия государства на экономику мы можем сделать небольшой вывод, что для применения и использования инструментов необходимо понимать условия и последствия воздействия, а также учитывать задачи и возможности развития инструментария.

Зачастую все тенденции и направления экономической политики без прогнозирования не могут быть осуществлены, поскольку очень важно понимать при использовании каких инструментов какие результаты и последствия будут в экономике и как такие действия повлияют на малые и средние предприятия. Целью прогнозирования могут быть макроэкономические показатели: темпы развития, уровень занятости, структура экспорта и импорта, производительность труда, доходы и сбережения населения. Когда мы знаем настоящее состояние экономики, то тогда мы можем рассмотреть тенденции развития на будущее, и только после этого приступать к планированию. Планирование – приемлемое распределение ресурсов и средств для достижения поставленных целей, деятельности, совокупности процессов, связанная с постановкой целей, задач и выбором действий в будущем. [7].

Помимо того, органы государственной исполнительной власти осуществляют свою деятельность в условиях ограниченности ресурсов, таких как финансирование, административная поддержка, субсидирование. Важно понимать и использовать указанные ресурсы правильно и целенаправленно, добиваться максимального достижения целей и результатов от применения.

В результате исследования были выявлены инструменты, механизмы и методы регулирования государственного регулирования и поддержки в целом на экономику, а в частности на инструменты воздействия и поддержки малого и среднего предпринимательства. Помимо этого, мы на примере Новосибирской области рассмотрели, как важно учитывать региональную особенность субъекта Российской Федерации при распределении государственного бюджета, финансирования и субсидирования субъектов. Таким образом, при правильном прогнозировании, планировании и программировании общей системы государственной поддержки основываясь на основные инструменты,

механизмы и методы возможно создать эффективную систему государственного регулирования, которая позволит выстроить систему мер и поддержек малому и среднему предпринимательству, как основному элементу экономики в регионах.

### ***Список литературы***

1. Бабашкина А.М. Государственное регулирование национальной экономики. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 346 с.
2. Валитов Ш.М. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции социальной ответственности. – М.: Экономика, 2009. – 207 с.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (в ред. от 06.12.2011) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справочная правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/> (дата обращения: 05.04.2021).
4. Доронина И.Э. Роль соблюдения приоритетов в развитии предпринимательского потенциала регионов // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, № 3. – С. 223.
5. Евдокимова Ю.В. Основные направления развития малого и среднего бизнеса в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/10/72580> (дата обращения: 20.03.2021).
6. Капканщиков С.Г. Государственное регулирование экономики. – М.: КноРус, 2006. – 352 с.
7. Малое и среднее предпринимательство в России. 2019: Стат.сб. – Росстат. – М., 2019. – 87 с.
8. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ (в ред. от 30.03.2012) [Электронный ресурс] // Гарант: справочная правовая система. – URL: <http://base.garant.ru/10900200/> (дата обращения: 15.04.2021).
9. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года [Электронный ресурс] // Указы Президента Российской Федерации от 19.07.2018 № 444, от 21.07.2020 № 474. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027/page/1> (дата обращения: 20.04.2021).
10. О Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 г. и плане мероприятий («дорожной карте») по ее реализации [Электронный ресурс] // Распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. №1083-р. – URL: <http://government.ru/docs/23354/> (дата обращения: 18.04.2021).
11. Постановление Правительства Новосибирской области от 31 января 2017 г. № 14-п «Об утверждении государственной программы Новосибирской области «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Новосибирской области».
12. Трудовой кодекс Российской Федерации (ФЗ от 30.12.2001 № 197-ФЗ) [Электронный ресурс] // Гарант: справочная правовая система. – URL: <http://base.garant.ru/12125268/> (дата обращения: 15.08.2014).
13. Фомин, П.А. Малое предпринимательство и перспективы его развития в России / П.А. Фомин, З.М. Жанказиева // Вопр. экон. и права. – 2015. – № 4.

14. Хиллман А.Л. Государственная экономическая политика: возможности и ограничения управления. – М.: ГУ ВШЭ, 2009. – 879 с.
15. Ходов Л.Г. Государственное регулирование национальной экономики. – М.: Экономист, 2006. – 620 с.

*Научное электронное издание*

**УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции  
с международным участием  
(18 мая 2021 года)

Сборник научных трудов

ЛР № 020640 от 22.10.97.

Дата подписания к использованию 17.11.2021.  
ЭИ № 1620. Объем данных 4,3 Мб. Заказ № 572.

Ульяновский государственный технический университет  
432027, Ульяновск, Сев. Венец, 32.  
ИПК «Венец» УлГТУ, 432027, Ульяновск, Сев. Венец, 32.

Тел.: (8422) 778-113  
E-mail: [venec@ulstu.ru](mailto:venec@ulstu.ru)  
[venec.ulstu.ru](http://venec.ulstu.ru)