

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Российская академия архитектуры  
и строительных наук  
Ассоциация строительных вузов  
Правительство Белгородской области  
Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова

**Международная научно-практическая  
конференция, посвященная 65-летию  
БГТУ им. В.Г. Шухова**

**НАУКОЕМКИЕ ТЕХНОЛОГИИ  
И ИННОВАЦИИ  
(XXIII научные чтения)**



**Сборник докладов  
Часть 13**

**29 апреля  
Белгород 2019**

УДК 001.2  
ББК 72+65.291  
М 43

**Наукоемкие** технологии и инновации: эл. сб. докладов  
М 43 Междунар. науч.-практ. конф., Белгород: Изд-во БГТУ, 2019.  
– Ч. 13. – 145 с.

ISBN 978-5-361-00698-4

Рассмотрены различные организационно-экономические проблемы современного периода – стратегического менеджмента, инновационной, маркетинговой и инвестиционной деятельности, управление предприятием и др.

Сборник предназначен руководителям административных, производственных и финансовых структур, научным работникам, аспирантам, студентам экономических специальностей.

*Редакционная коллегия:* д-р экон. наук, проф. С.М. Бухонова,  
д-р экон. наук, доц. А.С. Трошин.

УДК 001.2  
ББК 72+65.291

ISBN 978-5-361-00698-4

© Белгородский государственный  
технологический университет  
(БГТУ) им. В.Г. Шухова, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| <b>Бережная А.В.</b> Генезис теоретических подходов к изучению инновационной модели развития .....   | 5  |
| <b>Божков Ю.Н., Кузнецова И.А., Пирожков С.И.</b> О трансформации категории «человеческий капитал» в инновационной экономике .....   | 10 |
| <b>Глизицуин Д.В.</b> Методика сегментирования клиентов организации .....  | 17 |
| <b>Дорошенко Ю.А., Воронин С.П.</b> Сравнительный анализ начисленных и уплаченных налогов в доходах хозяйствующих субъектов на уровнях национальной экономики и субъектов Российской Федерации ..... | 22 |
| <b>Иванов М.Ф., Седых Е.И., Романчук А.А.</b> Пути решения проблем экономического развития предприятий жилищно-коммунального хозяйства донбасского региона .....                                     | 27 |
| <b>Иванова Т. В. , Зубарева Н.Д.</b> Продвижение туристических услуг в сети Интернет. SEO – оптимизация и SMM .....  | 32 |
| <b>Иванова Т.В. , Малинов Д.Л.</b> Использование различных моделей системы оценки персонала в целях повышения эффективности деятельности сотрудников .....   | 37 |
| <b>Кадацкая Д.В., Кикалишвили Д.Г.</b> Тенденции и перспективы развития малого предпринимательства в отрасли легкой промышленности в регионе: на материалах Белгородской области ...                 | 42 |
| <b>Кухарь С.И., Зинченко Е.Р.</b> К вопросу развития малого и среднего предпринимательства в современных экономических условиях .....  | 47 |
| <b>Лаврова Ю.С., Вельмазова Г.С.</b> Дисбаланс сетевой экономической системы коммерческих предприятий .....  | 53 |
| <b>Лычева И.М., Лычева С.В.</b> Адаптация механизма проектного финансирования к российским условиям для развития экономики....   | 58 |
| <b>Малыхина И.О., Бережная А.В.</b> Анализ методических подходов к оценке эффективности инновационно-инвестиционных драйверов экономического развития .....  | 61 |
| <b>Минаева Л.А.</b> Современные тенденции развития операционного управления предприятием .....   | 66 |
| <b>Минаева Л.А., Акимова Г.З.</b> Роль компетенций в операционной деятельности современных организаций .....   | 72 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Мясоедов Р.А., Яремчук А.В.</b> Резервы и пути повышения эффективности производительности труда в современных условиях            | 77  |
| <b>Мясоедов Р.А. Скачкова Ю.В.</b> Пути повышения доходности предприятия и рационального использования прибыли .....                 | 82  |
| <b>Мясоедов Р.А., Часовская К.И.</b> Управление прибылью предприятия.....  | 87  |
| <b>Мясоедов Р.А., Явтуховская Н.Д.</b> Инфляция в современной России .....   | 92  |
| <b>Прокопенко А.В.</b> Теоретические основы государственного регулирования экономических процессов на территории ДНР.....            | 96  |
| <b>Пучка О.В., Юракова Т.Г., Юраков Н.С.</b> Управление рисками на предприятиях пищевой промышленности.....                          | 101 |
| <b>Рыжов А.В.</b> Мерчандайзинг как активный инструмент повышения эффективности торговой деятельности .....                          | 107 |
| <b>Серова Е.Г., Павлова Ю.А.</b> Основные факторы риска банкротства организации и подходы к его оценке .....                         | 111 |
| <b>Слабинская И.А., Ткаченко Ю.А.</b> Процессы внутреннего контроля.....   | 117 |
| <b>Сомина И.В., Чернышова Д.И.</b> Роль интеллектуального капитала в развитии инновационной деятельности.....                        | 121 |
| <b>Столярова З.В.</b> Влияние иностранных технологий на инновационное развитие .....   | 125 |
| <b>Щетинина Н.А., Печеневская А.А.</b> Совершенствование мотивации и стимулирования персонала торгово-технологического процесса..... | 130 |
| <b>Юракова Т.Г., Левицкая К.М.</b> Преимущества управления процессами в рамках интегрированной системы менеджмента .....             | 135 |
| <b>Ярмоленко Л.И., Демура Н.А.</b> Особенности развития цифровой экономики в РФ.....   | 141 |

## ГЕНЕЗИС ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ИЗУЧЕНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ

**Бережная А.В., аспирант**

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** На протяжении длительного времени инновации выступают в роли катализатора экономического развития государства. Проблема циклов инновационного развития была освещена в научных трудах выдающихся экономистов двадцатого столетия и остается актуальной по сей день. Нами были рассмотрены главенствующие теоретические подходы к изучению инновационной модели экономического развития, их общие и отличительные черты.

**Ключевые слова:** инноватика, инновационный цикл, колебания конъюнктуры, экономическое развитие, регион.

Социальная реальность XXI века такова, что общественно-экономическое развитие государства неразрывно связано с инновационной активностью на микро-, мезо- и макроуровнях. В настоящее время термин «инновации» на слуху у каждого человека: мы сталкиваемся с инновациями в медицине, образовании, ежегодно рынок технологий пополняется новыми продуктами, даже сфера услуг претерпевает изменения и модернизруется. Инновации в различных формах существовали на протяжении многих тысячелетий, но лишь в прошлом веке учёные выявили корреляцию между уровнями технологического и экономического развития.

Родоначальником современной теории инноватики считается Й. Шумпетер, впервые рассмотревший в своей работе «Теория экономического развития» (1911 г.) инновацию как «новую научно-организационную комбинацию производственных факторов, мотивированную предпринимательским духом» [7]. В авторской систематизации инновация представляет собой новый продукт, обновление материальной базы и общей технологии производства, освоение новых рынков сбыта.

В своих исследованиях Шумпетер опирался на теорию циклического развития экономики и общества в целом. Каждый новый цикл берет своё начало в момент выхода экономики из кризиса. Таким образом, динамику экономического роста Шумпетер связал с возникновением талантливых предпринимателей-инноваторов, образ мышления которых позволяет по-новому задействовать в экономике

уже имеющиеся ресурсы, и тем самым определяя путь дальнейшего развития, отличный от предыдущего.

Идеи Шумпетера нашли своё продолжение в работах российского ученого Н.Д. Кондратьева, который связал инновации с теорией больших циклов хозяйственной конъюнктуры. Проанализировав статистические данные за 140-летний период развития западноевропейских стран, он выделил «длинные волны» хозяйственной конъюнктуры, в основе которых лежит доминирующий технологический уклад, совокупность имеющихся знаний, технологий, материальных и энергетических ресурсов. Таким образом, базисные инновации и радикальная смена материально-технической базы выступают определённым стимулом «повышательной волны» [5].

Признание инноваций как ключевого драйвера экономического развития повлекло за собой развитие инноватики и создание множества инновационных теорий, которые в сущности своей как дополняют идеи Шумпетера и Кондратьева, так оспаривают отдельные положения. Так, американский экономист С.-С. Кузнец опровергал закономерность и систематичность возникновения инноваций, связывая их возникновение с радикальными переменами в политической, социально-экономической или научной среде. По его мнению, экономический цикл сам по себе связан со спонтанно возникающими циклами инновационных технологий [6]. Кузнецом было введено понятие «эпохальных инноваций» – это инновации, осуществляемые раз в несколько столетий, длительность которых может достигать десятилетий, и, как правило, они влекут за собой смену не только способов производства и организации хозяйства, но и устоявшихся социокультурных основ общества в целом.

Немецкий ученый Г. Менш придерживался взглядов Шумпетера на природу циклов, однако им была немного видоизменена группировка инноваций. Ученый подразделял их на базисные (революционные инновации, создающие новые продукты и отрасли, служащие основой для дальнейших исследований), улучшающие (не несут в себе научной новизны, способствуют повышению продукции и совершенствованию существующих технологий), псевдоинновации (незначительные, краткосрочные инновации, реагирующие на изменения предпочтений потребителей) [4]. Основываясь на данной группировке инноваций, Менш проанализировал состояние рынка технологий в 1970-е годы и предсказал возникновение нового кризиса ещё до появления первых признаков стагнации: это явление получило название «технологического пата». При отсутствии базисных инноваций,

существующие технологии подвергаются моральному износу и «изживают» себя, их предельная полезность снижается, улучшающих инноваций оказывается недостаточно для развития промышленности, что означает замедление экономического развития.

Неоценимый вклад в теорию инновационных циклов экономического развития внесли российские экономисты Д.С. Львов и С.Ю. Глазьев, которые объяснили долговременные колебания конъюнктуры сменой технологических укладов. Основой для их исследования послужили межотраслевые технологические цепи смежных производств, которые в совокупности своей и составляют технологический уклад [3]. В свою очередь, в каждом технологическом укладе сосредоточены базисные инновации, служащие основой динамичного научно-технического развития.

Продолжая исследования природы инноваций, российский учёный Ю.В. Яковец в своей работе «Эпохальные инновации XXI века» описал основные закономерности инновационного обновления общества [8]:

1) Периодичность возникновения инноваций и их обновления обусловлена цикличным характером общественного развития;

2) Циклы инновационного развития неоднородны, периоды активного развития сменяются рецессиями различной продолжительности;

3) Циклы инновационной деятельности различной продолжительности взаимосвязаны между собой и могут взаимодействовать с циклами иных сфер общественной жизни;

4) Для инновационных волн характерна смена локаций и лидеров инновационной активности;

5) Для инновационной динамики характерны признаки социогенетики – наследственность (нововведения направлены не на разрушение устаревшей системы, а сохранение и совершенствование накопленных знаний и опыта), наследственная изменчивость (развитие инноваций, их модификация и адаптация к новым условиям суперсистемы), отбор (корректировка набора необходимых инноваций относительно требований суперсистемы).

Одним из молодых направлений исследований инновационной модели экономического развития, привлекательных для научного сообщества нашего времени, является концепция региональных инновационных систем (РИС) [2]. Если в двадцатом столетии объектами исследования инноватики выступали предприятия и отрасли промышленности, то в условиях глобальных экономических вызовов

нашего столетия стоит уделить отдельное внимание инновациям мезоуровня.

Одним из первых концепцию РИС предложил в 1990-е гг. профессор Кардиффского университета Филипп Кук, который определял РИС как «набор узлов в инновационной цепочке, включающий в себя непосредственно генерирующие знания фирмы, а также организации, предприятия, использующие (применяющие) эти знания, и разнообразные структуры, выполняющие специализированные посреднические функции: инфраструктурное обеспечение, финансирование инновационных проектов, их рыночную экспертизу и политическую поддержку» [1]. Таким образом, региональная инновационная система рассматривается как социальный катализатор дальнейших исследований и разработок, поскольку на региональном уровне легче организовать каналы связи для распространения технологий и популяризации инновационного знания, обеспечить финансирование и кадровый потенциал для малого инновационного бизнеса.

Рассмотрев центральные концепции инноватики, мы пришли к выводу, что они схожи между собой в основной идее: инновации это ключ к динамичному экономическому развитию. Следует отметить, что для экономики нашей эпохи – эпохи высоких технологий и инновационно-ориентированных производств – инновационная модель экономического развития является единственно верной, поскольку высокотехнологичное и наукоемкое производство, создание инновационной инфраструктуры высших учебных заведений, государственная поддержка инновационных проектов выступают залогом социально-экономического благополучия государства.

#### **Список литературы:**

1. Cooke Ph., Uranga G.M., G. Etxebarria Regional Innovation Systems: Institutional and Organizational Dimensions // Research Policy. 1997. № 26 (4–5). P. 475–491.
2. Заркович А.В. Теории инновационного развития: концепция региональных инновационных систем // Гуманитарные научные исследования. 2013. № 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2013/06/3404>
3. Львов Д.С., Глазьев С.Ю. Теоретические и прикладные аспекты управления НТП // Экономика и математические методы. 1986. №5. С. 793–804.

4. Сомина И.В. Методы и модели оптимизации параметров инновационных процессов в Российской экономике: монография. Белгород: Изд-во БГТУ, 2015. 141 с.
5. Сомина И.В. Технологические инновации в России: инвестиционное обеспечение и экономическая эффективность: монография. Белгород: Изд-во БГТУ, 2013. 147 с.
6. Управление инновационной деятельностью: учебное пособие в 3 ч. Ч. I. Основы инновационного менеджмента и экономики инноваций / Под ред. П.П. Перервы, С.Н. Глаголева. – Белгород; Харьков: Изд-во БГТУ, 2012. 545 с.
7. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. 401 с.
8. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века. М.: Издательство «Экономика», 2014. 437 с.

## О ТРАНСФОРМАЦИИ КАТЕГОРИИ «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ» В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

**Божков Ю.Н.,** канд. экон. наук, доцент,  
**Кузнецова И.А.,** канд. экон. наук, доцент,  
**Пирожков С.И.,** магистрант

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** Рассматриваются различные подходы к категории «человеческий капитал». Человеческий капитал как экономическая категория в современных условиях является одним из общеэкономических ключевых понятий, способствующих большинству социально-экономических процессов рассматривать сквозь призму человеческих интересов и действий. Однако существующие теории человеческого капитала не совсем точно отражают социально-экономическое содержание категории «человеческий капитал» в условиях инновационного развития. На основании этого авторами предложена уточненная трактовка рассматриваемой категории.

**Ключевые слова:** человеческий капитал, экономическая категория, инновационная экономика, теория человеческого капитала

Эволюция подходов к управлению капиталом выявляет смещение акцентов от осязаемо-технической и овеществленной компоненты к живой и информационно-восприимчивой, способной контактировать с участниками процесса производства и потребления. Эта часть производительных сил носит в большей мере качественный, а не количественно-параметрический характер и занимает главенствующее место в инновационной экономике.

С позиций современной экономической науки и инновационного менеджмента, ядром корпоративных активов становится человеческий капитал, воплощенный в ценные знания, навыки и другие инновационные качества, которые позволяют персоналу быть изменчивым и активным, а также обладать готовностью к совместной творческой деятельности с другими сотрудниками предприятия, а также с его бизнес-партнерами [1,2].

В связи с этим изменяются реперные точки, на которые опирался менеджмент человеческого капитала в доинформационную эпоху.

С целью выявления адекватности существующих подходов к управлению человеческим капиталом требованиям новейшей экономики и инновационной бизнес-среде рассмотрим ряд наиболее

значимых концептуальных подходов к задачам эффективного управления капиталом предприятия и их особенностям применительно к менеджменту человеческого капитала современных промышленных предприятий.

Для анализа столь сложной категории, каковой является человеческой капитал, а также для раскрытия ее методологической значимости с точки зрения корпоративного управления имеет большое значение рассмотрение основных положений теории человеческого капитала. Теория человеческого капитала – этого сложного и многоаспектного явления, охватывающего собой практически все аспекты экономической и социальной деятельности – начала формироваться сравнительно недавно. Стоит сказать, что отдельные элементы ее были разработаны учеными XVIII и XIX столетий, но они были слабо связаны между собой и не представляли сколько-нибудь организованной системы. И только в 1960-1961 гг. впервые были опубликованы статьи Т. Шульца и Г. Беккера [3], посвященные основным проблемам теории человеческого капитала, и вскоре эта концепция получила большое признание и появилось много публикаций по этой тематике. К сегодняшнему времени теория человеческого капитала превратилась в самостоятельное течение экономической мысли.

В разработке этой теории непосредственно принимали участие такие исследователи, как Г. Беккер, Дж. Минцер, У. Боуэн, М. Фишер, Дж. Вейзи, П. Хайне, Э.Д. Доланд, Д.Е. Линдсей, И. Ильинский, М.М. Критский, делая свой вклад в изучение данной проблемы. В 1979 году Т. Шульцу, а затем, в 1992 году Г. Беккеру были присуждены Нобелевские премии за вклад в создание теории человеческого капитала. Они сделали достаточно удачную попытку применения положений неоклассической школы к проблемам образования, семьи, миграции и целесообразного поведения человека, которые ранее оставались за кадром экономического анализа и не включались в расчеты эффективности. И, непосредственно, сущность теории человеческого капитала состояла в использовании неоклассической теории капитала к труду и к использованию рабочей силы, а также к инвестициям в формирование человеческого капитала [4,5,6].

Так как основные факторы производства, а именно труд, земля, капитал и предпринимательские способности, сегодня понимают как различные формы капитала, то и доходы от них часто рассматривают как доход от инвестирования в них соответствующих средств. Отсюда и различие капитала (ресурса) как источника разового фиксированного

дохода от капитала (фактора) как источника постоянного дохода при его использовании.

В этой связи многие современные экономисты широко используют категорию арендной платы, причем относят ее не только к земле, но и другим факторам производства. При этом данный взгляд исходит из того, что каждый фактор используется в конкретное время и берется как бы напрокат. «Те же самые принципы, которые определяют величину земельной ренты, обуславливают и уровень цен на все факторы производства...заработная плата представляет собой арендную плату за пользование личными услугами человека на протяжении дня, недели, года», отмечает П. Самуэльсон.

Таким образом, если предприниматель использует, например, фактор производства на основе аренды, то он довольствуется только нормальной прибылью (заработной платой), если же факторы производства, кроме труда принадлежат ему полностью, то он получает полную прибыль: «безусловный процент, безусловная рента, безусловная зарплата – лишь названия, которые дают экономисты прибыли. Это доходы от факторов производства, используемых непосредственно самими предпринимателями».

Следует отметить, что в современной теории все более настойчиво поднимается вопрос об учете и исследовании изменений, происходящих в самой прибыли, связанных с выдвиганием на первый план среди ее источников духовно-интеллектуальной составляющей. Полагается, что в условиях, когда острота проблемы обеспечения людей основными материальными благами постепенно снижается, необходимость максимизации их потребления заменяется новым критерием общественного развития – производства и потребления интеллектуально-духовных благ.

Исходя из этого, многие ученые доказывают, что основным источником прибыли (прибавочной стоимости) в сегодняшних условиях является не прибавочный труд наемных работников, а научно-технический прогресс как продукт человеческого интеллекта [4,5,7]. Причем ускорение его предполагает постоянную опору на развитие интеллекта человеческого сообщества. В новых условиях за материально-вещественной частью прибыли остается, по существу, функция ресурсного обеспечения совокупной прибыли человеческого сообщества.

Таким образом, процесс производства или взаимодействия факторов по изготовлению продукции предполагает в целях максимизации прибыли организация на предприятиях оптимального

механизма управления на основе эффективной капитализации полученных экономических результатов и рационального управления его капиталом и, прежде всего, таким его центральным элементом, как человеческий капитал.

В свою очередь, Ф. Нойман и Э. Флэмхольц, разработавшие базовые положения концепции анализа человеческих ресурсов, определяли три основные задачи управления человеческим капиталом любой компании [8]:

- предоставление руководителям методик количественного определения стоимости человеческих ресурсов компании;
- формирование управленческого подхода, при котором кадры предприятия надо рассматривать не как источник расходов, которые нужно минимизировать, а как ценные активы, которые следует оптимизировать;
- аккумуляция и мониторинг данных, способствующих принятию грамотных и эффективных решений по управлению человеческим капиталом.

Что касается российских ученых, они всегда проявляли большой интерес к человеку и живому труду в производственном процессе. В трудах М.В. Ломоносова, И.К. Бабета, И.Т. Посошкова, К.П. Победоносцева, Ю.А. Кулаковского, В.Г. Щеглова, А.И. Чупрова, Л.Л. Гавришева и других нашли отражение глубокие идеи о важности народного образования, его величайшей социальной и экономической ценности для страны, о наличии тесной связи между грамотностью населения, его профессионально-отраслевой структурой, заработком работника и благосостоянием государства. Эту же мысль емко и лаконично воспроизвел академик Петербургской Академии наук (1895) И.И. Янжул: «Будет Россия образованна, будет и богата». Вопросы экономики образования и воспроизводства рабочей силы плодотворно занимались С.Г. Струмилин, В.П. Корчагин, С.Л. Костянян, Ю.М. Толопыгин, И.А. Машинский, Л.Я. Громберг, Ф.М. Волков, М.В. Солодков, В.Ф. Майер, В.И. Басов, В.Е. Комаров, Г.А. Егиазарян и др.

С точки зрения Г. Беккера и Т. Шульца человеческий капитал с одной стороны соотносится с вещественным капиталом, а с другой – с природными ресурсами [3]. То есть, человеческий капитал имеет двойственную природу – и в этом состоит его своеобразие. В своем первоначальном виде человек, как и природные ресурсы, не приносит дохода, только после соответствующей обработки, считают авторы теории человеческого капитала, человек может приобрести качества капитала. Ряд авторов полагает, что между человеческим капиталом и

вещественным капиталом нет принципиальных различий. Израильский экономист И. Бен-Порт предлагает понимать категорию «человеческий капитал» как «фонд, функция которого производство трудовых услуг в общепринятых единицах рабочего измерения и который в этом своем качестве аналогичен любой машине как представительнице вещественного капитала».

По утверждению авторов теории человеческого капитала в связи со значительным ростом вложений в него существенно меняется структура заработной платы, большая часть которой теперь является продуктом человеческого капитала, а не труда. По мнению американских экономистов Г. Беккера и Ц. Гриличеса, человека можно рассматривать как комбинацию одной единицы простого труда и известного количества воплощенного в нём человеческого капитала. Соответственно, и заработную плату можно рассматривать как сочетание рыночной цены его «сырого» (необработанного) труда и процентного дохода от вложенных в человека инвестиций.

Сегодня человеческий капитал часто воспринимается как «образование, квалификация, приобретенная работником в процессе производства, знания и навыки, воплощенные в рабочей силе» [4], или как «капитал в виде умственных способностей, полученный через формальное обучение или образование, либо через практический опыт» [5]. Такие определения не формируют понимания и не предоставляют объяснения роли и места человеческого капитала в современной системе социально-экономических отношений, что мешает комплексно подойти к вопросам его формирования, накопления и использования в условиях инновационной экономики.

Поэтому можно согласиться с высказыванием Б. Генкина, что «категория «человеческий капитал» являет собой понятие философско-социальное, так как нет ни одного аспекта человеческого существования, которое не подпадало бы под это определение» [9].

Расширенное толкование категории «человеческий капитал» предоставляет, в частности, А.И. Добрынин, предлагая рассматривать человеческий капитал как «имеющийся у человека запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотивации, которые содействуют росту его производительности труда и влияют на рост доходов» [10].

Интересной представляется еще одна углубленная трактовка человеческого капитала, которая рассматривает его как «совокупность экономических отношений, возникающих в общественном производстве между его субъектами по поводу формирования, развития и совершенствования способностей человека» [7]. Научная значимость

данного определения заключается в акцентировании внимания на том факте, что капитал есть прежде всего отношения – отношения как между индивидами, так и отношение людей к средствам и предметам труда, а также к природной среде. К тому же следует помнить, что в инновационно-ориентированной рыночной системе в совокупность отношений следует включать и отношения персонала к клиентам, партнерам и прочим субъектам инновационной бизнес-среды, а также к самому себе как к личности, индивидууму, наделенному уникальными способностями и умениями, продуцирующему различные инновации.

Таким образом, нельзя не согласиться с мнением большинства авторов теории человеческого капитала о том, что отдача от инвестиций в него может быть гораздо большей, чем в материально-вещественный капитал.

Сегодня человеческий капитал можно обозначить как качественно новую, можно сказать, инновационную категорию, вобравшую в себя эволюцию производственных и общественных отношений, прогресс теории и практики менеджмента в соответствии с изменениями в социуме, природе и сознании современного человечества, стремительно идущего по пути инновационного развития.

Обобщая вышеизложенные подходы к рассмотрению сущности категории «человеческий капитал», можно констатировать следующее. В условиях инновационного развития человеческого капитал можно понимать как совокупность социально-экономических отношений индивида в процессе производства, реализации и потребления благ с другими индивидами и их группами, с предметами и средствами труда, а также с другими видами капитала в инновационной бизнес-среде, формирующих его уникальный ресурс, способный приносить доход.

*Статья подготовлена в рамках программы развития опорного университета на базе БГТУ им. В.Г. Шухова*

#### **Список литературы:**

1. Божков Ю.Н. Инновационная бизнес-среда и ее влияние на систему управления человеческим капиталом промышленного предприятия // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2015. №5 С. 281-285.
2. Божков Ю.Н. Формирование инновационной системы управления человеческим капиталом промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Белгород, 2015. 24 с.
3. Беккер Г. Человеческий капитал (главы из книги). Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал // США: экономика, политика, идеология. 1993. № 11-12.
4. Критский М.М. Человеческий капитал. Л.: Изд-во ЛГУ, 1991. 120 с.

5. Михайлова А.М., Пронина Е.Ю. Экономическая природа интеллектуального капитала и его взаимосвязь с человеческим капиталом // Вестник самарского государственного экономического университета. 2013. № 5 (103). С. 85-89.
6. Воронин В.П., Осенева О.В. Управление человеческим капиталом на основе процессного подхода в интересах инновационного развития // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. 2011. № 11. С. 45-47.
7. Щетинина Е.Д., Кравченко Л.Н., Слабинская И.А. Формирование механизма управления интеллектуальным капиталом промышленного предприятия. Белгород: Изд-во БГТУ, 2007. 176 с.
8. Нойманн Ф. Методика экономической оценки человеческого капитала // Государственное управление: трансформационные процессы в современном мире: тез. докл. междунар. науч.-практ. конф. Минск, 2002. С. 98-102.
9. Генкин Б.М. Экономика и социология труда : учебник. М.: Норма, 2009. 464 с.
10. Добрынин А.Н., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. Человеческий капитал в транзитивной экономике. СПб.: Наука, 1999. 309 с.

## МЕТОДИКА СЕГМЕНТИРОВАНИЯ КЛИЕНТОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Глизицуин Д.В., аспирант

*Липецкий технический университет*

Выделение целевых сегментов клиентов требуется при решении различных управленческих задач организации. Сегментирование выполняется в пространстве некоторых признаков с использованием формальных математических методов.

Из полученных сегментов выбираются те, которые имеют достаточный объем, соответствуют условиям внешней перспективности и внутренних возможностей компании. И для каждого из них разрабатывается своя стратегия управления.

Например, при стратегическом планировании бизнеса важна задача планирования новых товаров, удовлетворяющих потребности некоторых сегментов целевой аудитории. Выявленные в ходе маркетингового исследования потребности и будут использованы как признаки для дальнейшего сегментирования для более точной фокусировки управляющих воздействий.

При текущем управлении возникает задача повышения ценности товаров и форм обслуживания в глазах клиентов, позволяющая управлять ценовой политикой компании. Для выявления возможных выгод людей и использования их как признаков сегментирования здесь проводится анализ данных анкетирования клиентов.

Таким образом, сегментирование реальных и потенциальных клиентов организации – это такая их классификация, в которой желательно иметь представление о сущности полученных сегментов и использовать это представление для эффективного управления бизнесом. Но на практике выделяемые сегменты часто не содержат такой сущности, то есть классификация получается формальной, и не улучшает качество решаемых с ее использованием задач управления бизнес-процессами.

Предлагаемая методика сегментирования базируется на известных принципах выбора пространства признаков для целей классификации [1, 2], адаптированных нами под особенности социальных систем, объектами которых являются люди. Методика содержит четыре этапа.

**На первом этапе** формируется верхний уровень классификации, который определяют первичные признаки – наиболее важные для решаемой задачи управления. Они независимы, их число невелико.

Здесь мы предлагаем использовать независимые психологические дихотомии, на которых строятся психологические типологии [3]. Таким образом, на верхнем уровне целевая аудитория оказывается разделенной на классы по психотипам. На наш взгляд, наиболее удобны типологии из четырех (в пространстве двух независимых дихотомий) или восьми (в пространстве трех независимых дихотомий) психотипов.

**На втором этапе** для каждого класса объектов, выделенного на верхнем уровне, из числа полученных в ходе анкетирования клиентов поведенческих переменных (вторичных признаков) выбираются наиболее сильно связанные между собой. Критерием выбора считаем коэффициент связности переменной превышающий заданное нижнее пороговое значение, определяемый следующим образом.

Пусть  $R = (r_{ij})$ ,  $i=1, m$ ,  $j=1, m$  - матрица парных коэффициентов ранговой корреляции Спирмена поведенческих переменных;  $m$  - количество измеренных поведенческих переменных;

$P = (p_{ij})$ ,  $i=1, m$ ,  $j=1, m$  - матрица  $p$ -уровней коэффициентов ранговой корреляции Спирмена поведенческих переменных.

Введем коэффициент связности  $i$ -той поведенческой переменной учитывающий силу и значимость ее связей с остальными поведенческими переменными и определим его по формуле:

$$k_i = \sum_{j=1}^m |r_{ij}| (1 - p_{ij}).$$

**На третьем этапе** для сильно связанных вторичных признаков проводим процедуру факторного анализа для обнаружения скрытых предпочтений представителей исследуемого класса объектов.

**И на четвертом этапе** для каждого полученного компонента методом кластерного анализа с использованием EM-алгоритма выделяем кластеры, объектам которых свойственно различное поведение в смысле решаемой задачи управления. Среди них выбираем те сегменты, которые представляют управленческий интерес.

Рассмотрим практический пример использования предложенной методики. Решалась задача формирования отвечающих запросам целевой аудитории учебных курсов в школе ногтевого сервиса. Компетенции мастера включают множество производственных и художественных навыков. На практике разные мастера осваивают и применяют в работе разные навыки. Было необходимо выделить сегменты мастеров по отношению к их профессиональным потребностям, о вещественным в учебных курсах.

В ходе исследования были проанкетированы 186 мастеров, посещавших ознакомительные семинары и проходивших обучение в школе ногтевого сервиса в г. Липецке. Собранные анкеты позволили:

- выполнить диагностику психотипов испытуемых по типологии мотивационных состояний [4], элементы которой (психотипы) характеризуются разным отношением к образовательным программам;

- заполнить матрицу наблюдений поведенческих переменных, в число которых вошли сведения об имеющихся у испытуемых производственных (11 переменных) и художественных (6 переменных) навыках и их отношении к обучению по шкале: мне это не надо – хочу научиться – умею в достаточной степени – хочу повысить квалификацию.

Математическая обработка собранных анкетных данных выполнялась в статистическом пакете программ IBM SPSS Statistics Subscription.

На верхнем уровне было выделено четыре класса объектов – носителей психотипов: «сильно мотивированные» – 44 чел, «слабо мотивированные» - 38 чел, «слабо демотивированные» - 56 чел. и «сильно демотивированные» - 48 чел.

Дальнейший ход исследования рассмотрим на примере класса слабо мотивированных мастеров.

Для поведенческих переменных были посчитаны матрица парных корреляций и введенный выше коэффициент связности. Из 34 исходных переменных были выделены 13 наиболее сильно связанных друг с другом и использованы в процедуре факторного анализа. Факторный анализ выполнялся методом главных компонент с вращением «варимакс». Его результаты представлены в таблице.

Как видим, слабо мотивированные мастера основным содержанием своей профессии считают собственно процедуры маникюра и педикюра в их медицинском смысле. Необходимость владения техниками покрытия ногтей, оформления и дизайна для них менее очевидна.

Мастерам нравится технологичность процедур, возможность работать по шаблону. Отвечающие этим критериям компетенции объединились в первом компоненте. Также присутствует потребность творчества в форме акварели и аквариумного дизайна, объединившиеся во втором компоненте. Третий компонент подтверждает отношение носителей этого психотипа к обучению в целом – они готовы учиться только тому, что им нравится. Аппаратный маникюр с покрытием гель лаком – это и популярные техники практикующих мастеров, и желаемый образ мастера.

Таблица - Повернутая матрица компонентов слабо мотивированных мастеров

| Признаки сегментирования<br>КМО = 0,721 | Компонент            |                      |                     |
|---|----------------------|----------------------|---------------------|
|   | 1 (51%<br>дисперсии) | 2 (13%<br>дисперсии) | 3 (9%<br>дисперсии) |
| <b>Отношение к обучению:</b>            |                      |                      |                     |
| Дизайн                                  | 0,534                | 0,309                | -0,300              |
| Аппаратный педикюр                      | 0,601                | 0,643                | 0,190               |
| Классический педикюр                    | 0,624                | 0,621                | 0,224               |
| Аппаратный маникюр                      | 0,688                | 0,545                | 0,059               |
| Классический маникюр                    | 0,699                | 0,471                | -0,070              |
| Покрытие гель лаком                     | <b>0,841</b>         | 0,214                | -0,215              |
| Френч гель лаком                        | <b>0,846</b>         | 0,333                | -0,076              |
| Покрытие лаком                          | <b>0,785</b>         | 0,139                | -0,040              |
| Градиент гель лаком                     | <b>0,735</b>         | -0,062               | -0,318              |
| Аквариумный дизайн                      | 0,193                | <b>0,830</b>         | -0,268              |
| Акварель                                | 0,116                | <b>0,793</b>         | -0,377              |
| <b>Используемые навыки:</b>             |                      |                      |                     |
| Аппаратный маникюр                      | -0,203               | -0,093               | <b>0,804</b>        |
| Покрытие гель лаком                     | -0,022               | -0,125               | <b>0,769</b>        |

Кластерный анализ переменных, вошедших в первый компонент, позволил выделить три сегмента мастеров.

В первый сегмент (52%) вошли мастера, владеющие исследуемыми техниками в достаточной степени. С точки зрения школы этот сегмент не представляет интереса.

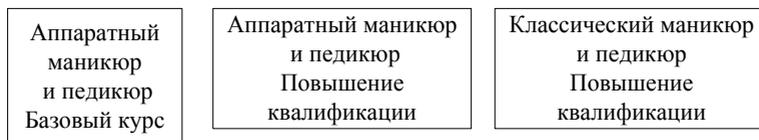
Во второй сегмент (31%) вошли мастера, большая часть которых желает повысить квалификацию в технике градиента и треть - в технике рисования френча гель лаком.

В третьем сегменте (16%) все мастера хотят повысить квалификацию при работе с гель лаком и рисовании френча.

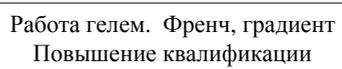
Кластерная модель по художественным техникам включала три кластера. В первом кластере (50%) мастера не считают нужными для себя эти умения, то есть не являются целевой аудиторией школы. Во втором кластере (39%) мастера хотят научиться работать акварелью и освоить аквариумный дизайн. Мастера, вошедшие в третий кластер (11%) хотят повысить квалификацию по обоим техникам.

Результатом проведенного исследования стал перечень учебных курсов, вошедших в программу школы. Фрагмент программы курсов,

актуальных для слабо мотивированных мастеров представлен на рисунке.



Для удовлетворения потребности  
в технологичности, работе по шаблону



Для удовлетворения потребности в творчестве

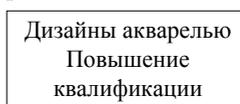
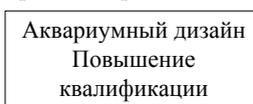
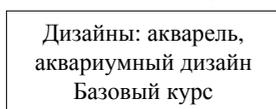


Рисунок - Учебные курсы, отвечающие запросам слабо мотивированных мастеров ногтевого сервиса г. Липецка

Применение методики сегментирования клиентов организации при планировании ее услуг позволило получить содержательные сегменты клиентов и объяснить это содержание. Таким образом, использование психологической типологии наряду с методами факторного и кластерного анализа позволило выделить существенные сегменты клиентов путем математического моделирования.

#### Список литературы:

1. Субботин А.Л. Классификация. М.: РАН, Институт философии, 2001. 94 с.
2. Любищев А.А. Проблемы формы, систематики и эволюции организмов. М.: Наука, 1982. 281 с.
3. Рейнин Г. Тайны типа. Модели. Группы. Признаки. М.: Черная белка, 2010. 296 с.
4. Глизнудин Д.В. Феномен демотивации начинающих предпринимателей // Вестник Московского государственного областного университета. 2017. № 1. Режим доступа: [www.evestnik-mgou.ru](http://www.evestnik-mgou.ru).

# СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЧИСЛЕННЫХ И УПЛАЧЕННЫХ НАЛОГОВ В ДОХОДАХ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ НА УРОВНЯХ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Дорошенко Ю.А., д-р экон. наук, профессор,  
Воронин С.П., аспирант  
*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** Проведен анализ абсолютных и относительных показателей основных начисленных и уплаченных налогов в доходах Российской Федерации и Белгородской области. Предложены теоретические и методологические принципы исследования структуры доходов и их отдельно взятых видов. Сделаны выводы о роли различных налогов в формировании консолидированных доходов бюджетов национальной экономики и субъектов федерации.

**Ключевые слова:** начисленные и уплаченные налоги, сравнительный налоговый анализ, доходы предприятий, структура уплаченных налогов.

Необходимость формирования сбалансированного бюджета страны и регионов требует совершенствования налогового анализа, поскольку сохраняется возможность недоначисления всех видов налогов предприятиями и недополучения этих налогов бюджетами всех уровней [7]. Разработка теоретических и методологических принципов анализа начисленных и уплаченных налогов хозяйствующих субъектов может обеспечить наращивание налогооблагаемой базы в рамках Налогового кодекса РФ без ущерба для предприятий и со значительной пользой для бюджетов всех уровней.

В настоящее время активизировалось внимание исследователей к анализу и интерпретации финансовой и бухгалтерской отчетности организаций в интересах решения их проблем различного плана. Ряд работ посвящен новым методам контроля и анализа бухгалтерской отчетности [1], некоторые авторы концентрируются на региональных аспектах налогообложения имущества организаций в РФ [2], определенное количество трудов затрагивает изучение проблем администрирования налога на прибыль организаций [5]. Вместе с тем, налоговый анализ доходов хозяйствующих субъектов в стране и регионах пока еще не получил должного отражения в научной литературе.

Для понимания направлений разработки принципов сравнительного налогового анализа доходов хозяйствующих субъектов проанализируем структуру доходов Российской Федерации с точки зрения абсолютных показателей начисленных и уплаченных основных налогов в этих доходах (табл. 1) [3, 4].

Таблица 1 - Абсолютные показатели начисленных и уплаченных налогов в доходах консолидированного бюджета Российской Федерации, млрд. руб.

|  | 2012    | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| Доходы всего   | 23435,1 | 24442,7 | 26766,1 | 26922,0 | 28181,5 |
| из них:  |         |         |         |         |         |
| налог на добавленную стоимость на товары (работы, услуги) реализуемые на территории Российской Федерации | 1886,4  | 1868,5  | 2188,8  | 2448,5  | 2657,7  |
| налог на прибыль организаций   | 2355,7  | 2071,9  | 2375,3  | 2599,0  | 2770,3  |
| налоги на имущество  | 785,5   | 900,7   | 957,5   | 1068,6  | 1117,1  |

Анализ показывает, что в 2012-2016 годы доходы консолидированного бюджета РФ выросли в 1,20 раза, при этом поступления налога на добавленную стоимость на товары (работы, услуги) реализуемые на территории Российской Федерации увеличились в 1,41 раза, налога на прибыль организаций - в 1,18 раза, налогов на имущество – в 1,42 раза. В табл. 2 представлены доли рассмотренных видов налогов в формировании доходов консолидированного бюджета Российской Федерации. Как видно, совокупная доля налогов на добавленную стоимость на товары (работы, услуги) реализуемые на территории Российской Федерации, на прибыль организаций и на имущество в доходах консолидированного бюджета увеличилась в 2012-2016 годы с 21,45 % до 23,22 %, что указывает на усиление роли данных налогов в бюджетном процессе. Интересно, что при этом доля налога на прибыль организаций снизилась с 10,05 % в 2012 году до 9,93 % в 2016 году, а удельный вес налогов на имущество,

наоборот, увеличился соответственно с 3,35 % до 3,96 %, что подтверждает сделанный вывод о повышении значения данного налога для формирования консолидированного бюджета РФ.

Таблица 2 - Доли отдельных видов начисленных и уплаченных налогов в доходах консолидированного бюджета Российской Федерации, в процентах

|  | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Доходы всего   | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| из них:  |        |        |        |        |        |
| налог на добавленную стоимость на товары (работы, услуги) реализуемые на территории Российской Федерации | 8,05   | 7,64   | 8,17   | 9,09   | 9,43   |
| налог на прибыль организаций   | 10,05  | 8,48   | 8,87   | 9,65   | 9,83   |
| налоги на имущество  | 3,35   | 3,68   | 3,57   | 3,96   | 3,96   |

Таблица 3 - Абсолютные показатели начисленных и уплаченных налогов в доходах консолидированного бюджета Белгородской области, млрд. руб.

|  | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|------|------|------|------|------|
| Доходы всего   | 78,1 | 77,3 | 77,6 | 81,1 | 82,1 |
| из них:  |      |      |      |      |      |
| налоги на товары (работы, услуги) реализуемые на территории Российской Федерации | 3,2  | 4,0  | 3,9  | 4,6  | 7,7  |
| налог на прибыль организаций   | 19,2 | 13,6 | 11,2 | 11,5 | 12,1 |
| налоги на имущество  | 9,6  | 10,8 | 11,6 | 12,7 | 12,1 |

На уровне одного из субъектов Российской Федерации, конкретно Белгородской области анализ абсолютных показателей начисленных и уплаченных налогов в структуре доходов его консолидированного

бюджета произведем на основе данных табл. 3 [6]. Данные табл. 3 иллюстрируют тенденции в формировании доходов консолидированного бюджета Белгородской области в 2012-2016 годы. Совокупные доходы бюджета были подвержены колебаниям, но выросли в 1,05 раза, налоги на товары (работы, услуги) реализуемые на территории Российской Федерации, в составе которых учитывается налог на добавленную стоимость выросли в 2,41 раза, налог на прибыль организаций существенно сократился с 19,2 млрд. руб. до 12,1 млрд. руб., наоборот налоги на имущество увеличились в 1,26 раза. Это еще раз подтверждает значимость налогов на имущество в формировании доходов консолидированного бюджета любого субъекта федерации. В табл. 4 даны результаты расчетов долей начисленных и уплаченных налогов в доходах консолидированного бюджета Белгородской области. Анализ показывает, что совокупная доля налогов на товары (работы, услуги) реализуемые на территории Российской Федерации, на прибыль организаций и на имущество в доходах консолидированного бюджета Белгородской области снизилась в 2012-2016 годы с 45,87 % до 31,90 %, что указывает на снижение роли данных налогов в бюджетном процессе субъекта федерации.

Таблица 4 - Доли отдельных видов начисленных и уплаченных налогов в доходах консолидированного бюджета Белгородской области, в процентах

|  | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Доходы всего   | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| из них:  |        |        |        |        |        |
| налоги на товары (работы, услуги) реализуемые на территории Российской Федерации | 4,09   | 5,17   | 5,03   | 5,67   | 9,38   |
| налог на прибыль организаций   | 24,58  | 17,59  | 14,43  | 14,18  | 14,74  |
| налоги на имущество  | 12,29  | 13,97  | 14,95  | 15,66  | 14,74  |

Главную роль в этом сыграло снижение доли налога на прибыль организаций с 24,58 % в 2012 году до 14,74 % в 2016 году, в то же время удельный вес налогов на имущество увеличился соответственно 12,29 % до 14,74 %, значение данного налога для формирования консолидированного бюджета Белгородской области растет.

Проведенные исследования позволяют сделать следующие выводы. Если для национальной экономики в целом важнейшим для формирования консолидированного бюджета является налог на добавленную стоимость, то ключевую роль в формировании консолидированных доходов бюджетов субъектов федерации играют налог на прибыль организации и налоги на имущество, администрирование этих налогов требует совершенствования теоретических и методологических принципов сравнительного налогового анализа доходов хозяйствующих субъектов на уровне национальной экономики и субъектов РФ.

#### Список литературы:

1. Богатырев Ю.С. Новые методы контроля и анализа бухгалтерской отчетности на службе налоговых органов / Ю.С. Богатырев, Д.Н. Сулейманов, Е.С. Горбатко // *Налоги и налогообложение*. – 2017. - № 9. – С. 54-69.
2. Иманшалиева М.М. Региональные аспекты налогообложения имущества организаций в России на современном этапе (на примере республики Дагестан) / М.М. Иманшалиева // *Налоги и налогообложение*. – 2017. - № 8. – С. 27-41.
3. *Российский статистический ежегодник*. 2016: Стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – 725 с.
4. *Российский статистический ежегодник*. 2017: Стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 686 с.
5. Рошупкина В.В. Анализ проблем администрирования налога на прибыль организаций в условиях финансовой неопределенности (на материалах Ставропольского края) / В.В. Рошупкина // *Налоги и налогообложение*. – 2016. - № 10. – С. 803-809.
6. *Статистический ежегодник*. Белгородская область. 2017: Стат. сб. - Белгород: Белгородстат, 2017. – 524 с.
7. Doroshenko Y.A. Modernization of model for initiation of investment projects as a factor of balanced maintenance of region's investment-innovational activity / Y.A.Doroshenko, S.M. Bukhonova, I.V. Somina, A.V. Manin // *Journal of Applied Engineering Science*. - 2014. - Volume 12. - № 4. - P.265-272.

## ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА ДОНБАССКОГО РЕГИОНА

**Иванов М. Ф.**, д-р экон. наук, доцент,  
**Седых Е. И.**, магистрант,  
**Романчак А. А.**, магистрант  
*Донбасская национальная академия  
строительства и архитектуры*

**Аннотация.** В статье дается представление о современном состоянии жилищно-коммунального хозяйства региона; рассмотрены основные проблемы, возникающие в данной отрасли. Предлагается ряд перспективных направлений повышения эффективности развития жилищно-коммунального хозяйства, которые позволят преодолеть названные проблемы в Донбасском регионе.

**Ключевые слова:** жилищно-коммунальное хозяйство, жилищный фонд, реформирование в сфере ЖКХ, стратегическое планирование, жилищно-коммунальные услуги, реформы, рынок, услуги.

**Формулировка проблемы.** В настоящее время предприятия жилищно-коммунального хозяйства(ЖКХ) Донбасского региона не могут эффективно работать в рыночных условиях и предоставлять потребителям услуги надлежащего уровня и качества. Необходимость повышения эффективности предприятий отрасли требует разработки научно обоснованных программ реформирования ЖКХ, реализация которых будет способствовать как повышению их эффективности, так и решению социально-экономических проблем Донбасса в целом.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Основой для исследования данных вопросов являются фундаментальные труды по теории общественных благ и общественного сектора экономики таких зарубежных авторов как Дж.Хикс, Н.Калдор, А.Бергсон, Т.Скидовскы, Г.Хотеллинг. Дальнейшее развитие эта теория нашла в трудах Г. Линдал, Ф. Эджуорт, Э.Аткинсона, Дж. Стиглиц. [5] Вопросами теории общественных и частных благ занимались такие отечественные ученые как Е. Жильцов, Е. Егоров, В. Кошкин, Л. Якобсон и др. [4] Однако вопросы преодоления противоречий и согласования экономических интересов в сфере производства общественных и частных благ недостаточно исследованы в качестве самостоятельного предмета в отечественной научной литературе. Вместе с этим остаются недостаточно исследованными вопросы рассмотрения жилищно-

коммунальных услуг как общественных и частных благ, особенно в условиях неопределенности, что и обусловило цель и задачи данной статьи.

**Цель.** Целью статьи является разработка решений проблем развития предприятий жилищно-коммунального хозяйства Донбасского региона в условиях неопределенности.

**Основной материал.** Жилищно-коммунальное хозяйство - это важная социальная отрасль, которая обеспечивает население, предприятия и организации необходимыми жилищно-коммунальными услугами, существенно влияет на развитие экономики государства. Предприятия жилищно-коммунальной отрасли относят к жизнеобеспечивающей инфраструктуре городов, регионов и государств; их деятельность имеет важнейшее значение, как для населения, так и для регионов и государств в целом.

В современных условиях жилищно-коммунальная сфера городских и региональных хозяйств является одной из приоритетных направлений исследования, как в любой стране, так и в странах, находящихся в условиях неопределенности региональной экономики. Проблемы предоставления жилищно-коммунальных услуг как особых благ, необходимых в любых условиях и на любом уровне развития социально-экономической системы общества, сегодня становятся особенно значимыми. Именно это делает анализ данных проблем в современных условиях особенно актуальным.

Политические факторы неопределенности, отсутствие макроэкономической стабилизации, четкой методологии прогнозирования в условиях неопределенности, недостаточно развитый уровень государственного управления бюджетными средствами не дают возможности достичь достойных результатов в деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства Донбасского региона.

В большинстве предприятий ЖКХ Донбасса наблюдается устарелость основных фондов, что связано с тем, что подавляющее их часть была накоплена еще с советских времен, а переоснащение требует очень больших затрат бюджетных средств, которые отсутствуют. Недофинансирование эксплуатационной деятельности предприятий ЖКХ Донбасского региона не только не дает возможности внедрять новейшие ресурсосберегающие технологии и оборудование, а и вообще обеспечивать функционирование предприятий на существующем уровне. Все перечисленное приводит не только к повышению фактической стоимости предоставляемых предприятиями услуг, но и к постепенному ухудшению их качества. С этим явлением сталкивается

экономика городов Донбасса. На данный момент единого подхода к решению проблемы так и не разработано. В условиях неопределенности военно-политических условий деятельности, обеспечение эффективного функционирования предприятий ЖКХ является одним из ключевых аспектов выживаемости Донбасского региона.

Важнейшей стратегической целью реформирования ЖКХ регионов в целом является повышение качества жизни населения путем улучшения жилищных условий, сохранности жилищного фонда и повышения уровня жилищно-коммунального обслуживания граждан в соответствии с действующими стандартами качества. Стратегическое планирование деятельности предприятий региона позволяет реализовать поставленные цели с учетом возможностей и перспектив развития, скоординировать деятельность всех подразделений предприятия в направлении повышения эффективности его функционирования, оптимизировать ресурсный потенциал предприятий [3].

Стратегическое планирование представляет собой комплекс действий и решений, руководства предприятия, направленные на достижение поставленных целей[2]. Внедрение в практику стратегического планирования деятельности предприятий региона требует разработки специальных методических рекомендаций, которые будут включать в себя этапы разработки стратегических планов с учетом особенностей функционирования предприятий ЖКХ, а также методику расчета основных показателей деятельности таких предприятий и др.

Можно определить следующие основные этапы стратегического планирование деятельности предприятий ЖКХ Донбасского региона в условиях неопределенности:

- определение основной цели деятельности предприятия. Следует отметить, что цель должна быть конкретной, достижимой, измерительной, гибкой и иметь временные сроки;
- анализ внешней и внутренней среды предприятия с целью определения факторов, влияющих на его деятельность и разработки мер по преодолению негативных факторов и поддержки развития факторов, способствующих улучшению деятельности предприятия;
- разработка альтернативных направлений развития деятельности предприятия;
- оценка и выбор направления развития предприятия в соответствии с его возможностями и потенциалом;

- внедрение выбранной стратегии деятельности;
- контроль по реализации стратегии;

Экономическое развитие предприятий ЖКХ Донбасского региона в условиях неопределенности предусматривает:

- реструктуризацию и ликвидацию задолженности в сфере жилищно-коммунального хозяйства;
- преодоление убыточности жилищно-коммунального хозяйства в регионе;
- обеспечение стабильного и достаточного текущего финансирования производства жилищно-коммунальных услуг.

Для улучшения финансовой ситуации в жилищно-коммунальном хозяйстве Донбасса в условиях неопределенности необходимо:

1. перейти на договорные отношения со всеми службами, обслуживающих жилой фонд, что позволит повысить уровень конкурентоспособности услуг и, как следствие, сбалансирует соотношение «цена – качество»;
2. провести инвентаризацию задолженности и расходов предприятий жилищно-коммунального хозяйства;
- 3 . разработать порядок реструктуризации и ликвидации задолженности в жилищно-коммунальном хозяйстве региона;
4. составить акты проверки задолженности со всеми кредиторами и дебиторами;
5. разработать стандартные формы для учета и контроля за состоянием задолженности.

Работу по инвентаризации и реструктуризации бюджетной задолженности в жилищно-коммунальном хозяйстве Донбасса необходимо выполнить в первую очередь. Для этого в каждом городе и районе стоит создать комиссии по рассмотрению вопросов погашения задолженности за жилищно-коммунальные услуги под руководством Главы местной администрации. В состав комиссии должны входить руководители предприятий жилищно-коммунального хозяйства и представители общественных организаций.

В конце также необходимо отметить, что основными критериями, которые создадут достаточный уровень финансирования деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства Донбасского региона являются:

1. обеспечение 100% оплаты потребителями стоимости производства услуг;
2. совершенствование системы предоставления льгот и субсидий по оплате жилищно-коммунальных услуг;

3. государственная поддержка модернизации жилищно-коммунального хозяйства, как путем выделения бюджетных денег, так и формирования финансовых инструментов предоставления гарантий на инвестиции, в том числе иностранных;

4. формирование финансово-кредитной системы развития и модернизации жилищно-коммунального хозяйства на территории местного самоуправления, механизма привлечения и возврата краткосрочных и долгосрочных кредитов и инвестиций.

**Выводы.** Итак, можно подытожить, то в условиях неопределенности перед предприятиями ЖКХ Донбасского региона стоит задача по поддержанию и повышению эффективности своего функционирования. Для этого необходимо разработать и внедрить комплекс организационных, экономических и технических мероприятий в системе стратегического планирования в регионе, которые будут базироваться на анализе потенциальных возможностей и угроз деятельности этих предприятий, включать инвестиционную составляющую и будут четко отражены в стратегическом плане развития ЖКХ Донбасса.

#### **Список литературы:**

1. Басалай С.И. Механизмы управления финансовыми ресурсами корпораций. –М.: «ГДДС Столица-8», 2001. – 166 с.
2. Кравцова Л.В. Стратегічне планування розвитку підприємств житлово-комунального господарства // Вісник Хмельницького національного університету – 2009 - №3 –с.125-127
3. Ахинов Г.А., Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора. –М.: ИНФРА-М, 2008. – 345 с.
4. Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора: основы теории государственных финансов. – М.: Издательство: Аспект-Пресс, Гриф Гос. комитета РФ по высш. Образованию, 2002. – 319 с.
5. Аткинсон Э.Б., Стиглиц Дж. Лекции по экономической теории государственного сектора. М., 1995. – 430с.

## ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ. SEO – ОПТИМИЗАЦИЯ И SMM

**Иванова Т. В., канд. экон. наук, доцент,  
Зубарева Н.Д., магистрант**

*Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова*

**Аннотация.** Стремительное развитие современных информационных технологий значительно влияет на методы продвижения предприятий как в сфере промышленного производства, так и в сфере услуг. Туроператоры и туристические агентства – не исключение. В статье рассмотрены самые популярные методы продвижения туристических услуг в сети Интернет.

**Ключевые слова:** интернет, туристические услуги, веб-сайт, SEO – оптимизация, SMM, баннерная реклама.

По итогам весны 2010 года в России насчитывалось 43,3 млн. интернет - пользователей (тех, кто выходил в Интернет хотя бы раз за последний месяц), недельная аудитория 39,2 млн. человек, а ежедневная — 29,4 млн. На 24 марта 2019 года, по данным ВЦИОМ, пользовались интернетом 80% совершеннолетних россиян, причем 66% опрошенных - практически ежедневно. Новая виртуальная реальность представляет собой яркую характеристику повседневной жизни современного человека и выступает важным фактором изменений, в том числе и в сфере туризма. Сегодня осуществление туристической деятельности практически невозможно без применения Интернет - технологий. Для продвижения туристических услуг используются как традиционные методы, так и методы интернет – маркетинга. К традиционным методам относится реклама в СМИ (радио, телевидение и пресса), наружная реклама, связи с общественностью, выставочная деятельность (также дегустации, распродажи), изготовление буклетов и каталогов. Интернет – маркетинг является достаточно новой практикой использования всех аспектов традиционного маркетинга в интернете.

Грамотное продвижение услуг в сети Интернет является залогом успешного существования любой туристической компании. Современный турист хочет получить качественный продукт здесь и сейчас – в режиме «одного окна» купить билет на самолет, забронировать номер в отеле, заказать трансфер и экскурсии. Предложить клиенту сразу несколько продуктов не выходя из дома, позволит веб – сайт туристической компании.

Создание веб - сайта – один из видов интернет – маркетинга. Для программиста веб - сайт – это набор файлов, написанных на определенном языке, для директора компании – это департамент отдела продаж, для Интернет – агентства – рекламная площадка.

Мероприятия по продвижению веб - сайта в сети – это комплекс действий, с помощью которых происходит привлечение новых посетителей на сайт, которые в перспективе превращались бы в реальных покупателей или становились бы постоянными посетителями информационного ресурса.

Поисковое (SEO – поисковая оптимизация) - это продвижение сайта в индексе поисковых машин (это определенный сервис, реализованный на специальном сайте, который позволяет пользователю Интернета найти необходимую ему информацию).

Непоисковое – это действия в Интернете, которые увеличивают посещаемость сайта за счет мероприятий, которые напрямую не связаны с поисковыми машинами. Некоторые виды непоискового продвижения:

- Работа с сайтом (улучшение, изменение или адаптации сайта под пользователя).
- Работа с сообществами.
- Вирусный маркетинг.
- Интернет-реклама.

Реклама в интернете выгодно отличается от традиционных средств рекламы. Интернет – реклама - это не всегда привлечение внимания аудитории к какому-либо сайту. Виды рекламы в интернете: баннерная реклама, контекстная реклама, скрытая реклама, e-mail рассылка, вирусная реклама, директ – реклама, реклама в социальных сетях.

Баннерная реклама - это размещение рекламоносителей на Интернет – порталах. Является наиболее распространенным видом Интернет – рекламы, но в последнее время ее эффективность имеет тенденцию к снижению. Это связано с увеличением количества Интернет – порталов, с перенасыщенностью рекламой многих популярных ресурсов, с появлением заметного количества рекламных кампаний, выполненных непрофессионально. Баннер может быть графическим и текстовым. Графический баннер обычно представляет собой статическое или анимационное изображение определенного размера. Текстовый баннер – это любой текст определенного размера, который содержит гиперссылки на рекламируемый сайт или на его определенные страницы. Следует учитывать, что посетитель заходит в интернет за получением информации, общением, развлечениями и он не

концентрирует свое внимание на рекламе. Если баннер способен очень быстро и четко донести до посетителя то, что ему предлагают и если это то, в чем заинтересован человек, то он переключит свое внимание на баннер. Располагать баннер лучше в верхней части сайта – это наиболее читабельное место, так как в этом случае он располагается ближе к навигационной линейке.

В настоящее время широкое распространение получили социальные сети, которые можно отнести к инструментам интернет – маркетинга. Люди проводят огромное количество времени, общаясь в социальных сетях, обмениваясь различными материалами: видео- и аудиозаписями. Социальные сети сближают, позволяют пересечь временные и территориальные барьеры, при этом являются относительно дешевым средством коммуникации.

Маркетинг в социальных сетях получил широкое распространение, и за ним закрепилась аббревиатура SMM (Social Media Marketing). Существуют следующие способы работы с целевой аудиторией в социальных сетях: таргетинг, сообщества, приложения, различные чаты и личные сообщения. Таргетированная реклама в социальных сетях называется «гипертаргетирование». Гипертаргетинг – это способность сайтов социальных сетей направлять рекламу целевой аудитории. Рекламодатель может отобрать профили пользователей на основании интересующих его критериев: возраст, пол, место проживания, образование, место работы, круг интересов и семейное положение.

SMO(Social Media Optimization) – комплекс технических мер, которые помогают максимально просто использовать контент сайта в сетевых сообществах. SMO условно делится на «черное» и «белое». Черное SMO напоминает спам (массовую рассылку коммерческой, политической или иной рекламы) и в ряде случаев вызывает отрицательную реакцию пользователей в социальных сетях. Белое SMO учитывает не только интересы компании, но и интересы пользователей социальных сетей.

Social Media Marketing отличается от Social Media Optimization тем, что SMO направлен непосредственно на преобразование контента сайта, а в SMM сайт не играет ключевой роли. SMM чаще всего используют при продаже информационных продуктов, например, аудиокниг, тренингов, электронных обучающих материалов и видеоуроков. Итак, цель SMM маркетолога сделать так, чтобы пользователи добровольно размещали на своих страницах и распространяли информацию о фирме или услуги самостоятельно. Чаще всего, контент, который передали с помощью социальных сетей, вызывает у потенциального потребителя

больше доверия в виду того, что люди склонны доверять своему окружению, которое в свою же очередь размещает на своих страницах определенный контент. Такая информация не воспринимается пользователями в качестве рекламы, и практически не вызывает отторжения. По-другому данную передачу информации можно называть «сарафанное радио».

Весомым аргументом в пользу SMM продвижения является то, что благодаря социальным сетям стало возможно точно воздействовать на целевую аудиторию. Присутствует возможность учитывать пол, возраст, место проживания потребителей. Также есть возможность тесно взаимодействовать с целевой аудиторией, получать обратную связь, и, следовательно, совершенствовать свой товар или услугу.

Маркетинг в социальных сетях включает в себя множество разнообразных методов работы. Самые популярные из них такие, как:

построение сообществ бренда; работа с блогерами; персональный брендинг; репутационный менеджмент; нестандартное SMM-продвижение.

В русскоязычном интернете, довольно мало платформ для работы SMM-специалистов, они же имеют наибольший охват аудитории среди российских пользователей, что в какой-то мере облегчает работу:

- Социальные сети – Вконтакте, Одноклассники, Мой Мир, Facebook, Instagram;
- Блогосфера – Twitter, Живой журнал;

На данный момент, социальные сети широко востребованы и пользуются большой популярностью. Их аудитория является достаточно привлекательной для маркетологов. Современное общество все больше становится на путь информационного общества, в приоритете встают информационные технологии. В таком обществе человек уже не может представить свою жизнь без Интернета, так как общение в социальных сетях стало частью человеческих отношений.

Таким образом, общими преимуществами продвижения продукта или услуги в сети Интернет, являются:

- Сравнительная доступность. Компании с относительно малым бюджетом имеют возможность эффективно продвигать на рынок свой продукт.
- Высокая информативность, так как интернет обладает колоссальными информационными возможностями. Интернет благодаря своему разнообразному наполнению, позволяет охватить совершенно любую целевую аудиторию.

- Диалог с аудиторией. Это одно из ключевых преимуществ интернет – маркетинга. Сеть позволяет организовать удаленный диалог с целевой аудиторией в режиме реального времени. Любая маркетинговая кампания в интернете оказывается более адресной и приносит более существенные результаты.

#### **Список литературы:**

1. [https://wciom.ru/news/ratings/polzovanie\\_internetom/](https://wciom.ru/news/ratings/polzovanie_internetom/)
2. Севостьянов И.О. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в интернете. 3-е изд. –СПб.: Питер, 2016.- 272с.
3. Лебедева О.А. Интернет как конкурентное преимущество // Научный журнал.-2012.-№4(48). - с. 42-47
4. Лебедева О.А. Интернет как конкурентное преимущество//Научный журнал.-2012.-№4(48).-с.42-47
5. Данченко Л.А. Маркетинг в социальных медиа. Интернет – маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. – СПб.: Питер,2013. – 288с.
6. Кудинов В.А. SMO, SMM, PR и брендинг в социальных сетях // Ученые записки: электронный научный журнал. – 2012. - №1(21). – С. 1-4.
7. Бондаренко В.А. Social media marketing: вопросы актуальности применения// научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014.-Спецвыпуск №17.-С. 1-5.

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАЗЛИЧНЫХ МОДЕЛЕЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ

**Иванова Т.В., канд. экон. наук, доцент,  
Малинов Д.Л., магистрант**

*Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова*

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены основные модели системы оценки персонала, которые широко распространены среди работодателей в современных условиях: «МВО», «KPI», «360 градусов», «Ассесмент-центр». Так же представлены этапы внедрения и необходимые условия для внедрения данных моделей.

**Ключевые слова:** оценка персонала, система KPI, повышение эффективности, структура заработной платы, методы оценки персонала

Оценка деятельности персонала, и особенно результатов деятельности, обязательно проводится в целях повышения производительности труда, увеличения продаж и получения наибольшей прибыли, то есть всегда преследует задачи развития организации.

Внедрение системы оценки в организациях происходит в несколько этапов:

- 1) Принятие решения о создании системы оценки в компании
- 2) Создание рабочей группы по разработке системы оценки
- 3) Выбор и разработка первого варианта системы, презентация топ-менеджменту
- 4) Техническая доработка системы и подготовка сопроводительных документов HR-менеджером
- 5) Информационная поддержка системы внутри компании, проведение обучающих семинаров
- 6) Возможная доработка системы с учетом замечаний среднего менеджмента
- 7) Проведение обучающих семинаров для сотрудников
- 8) Проведение оценки, как вариант, в пилотной группе
- 9) По прошествии года - подведение итогов, анализ успехов и неудач, возможная доработка системы

Применимость отдельных методов в компаниях разного типа:

**МВО:**

Необходимы условия: умение менеджеров давать обратную связь; умение самостоятельно ставить себе задачи.

## **КРІ:**

Этот метод будет действовать: в молодых небольших компаниях, где система оценки внедряется впервые; в компаниях с традициями открытых коммуникаций, где менеджеры, пусть даже неформально, привыкли давать сотрудникам обратную связь; в компаниях, придерживающихся концепции непрерывного обучения и выделяющих большой бюджет на обучение.

КРІ нецелесообразен или преждевременен в компаниях, где: авторитарный стиль руководства.

### **«360 градусов»:**

Необходимые условия: зрелый персонал и менеджмент, готовый к обратной связи; в компании люди хорошо знают друг друга, налажены все коммуникации. Сотрудники считают, что оценка является главным элементом для их развития, сами заинтересованы в ней.

### **Оценка ассесмент-центрами**

Ключевые моменты для оценки ассесмент-центрами: постановка задачи; причины оценки данного сотрудника в данное время; выработка ясных и обоснованных критериев, обеспечивающих объективную оценку сотрудника разных категорий, от рядового менеджера до менеджера высшего звена; полное и своевременное информирования персонала о критериях оценки; обязательная регламентация процедуры оценки; необходимо определить персональный состав экспертов, обеспечивающих компетентную и независимую оценку; в соответствии с установленными компанией требованиями интерпретация и обработка данных; формулирование выводов: что показала оценка и какие действия следует предпринимать в отношении сотрудников; реализация управленческих решений в отношении сотрудников, прошедших оценку ассесмент-центрами.

Метод оценки ассесмент-центрами может применяться почти во всех управленческих ситуациях, которые требуют получения всесторонней, объективной и оперативной информации о деловых качествах сотрудника, за исключением некоторых случаев, где в соответствии с законодательными или другими нормативно-правовыми актами, применены иные методы оценки персонала являющиеся обязательными.

На практике применения методов оценки, объективность в как правило зависит от: обоснования выработки критериев; степени приемлимости шкалы оценок; от воздействия на процесс оценки человеческого фактора. Оптимальным вариантом оценочной шкалы является бальная шкала.

Привлекаемый к оценке эксперт должен обладать подтвержденной компетентностью, занимать в процессе выполнения кадровых прав абсолютно независимую позицию, для того, чтобы минимизировать влияние человеческого фактора на процесс.

Обязательно должна присутствовать мотивация эксперта. Если компания заинтересована в получении достоверной информации о деловых качествах своих сотрудников, она должна очень тщательно поработать над созданием системы мотивации, которая будет побуждать экспертов к вынесению объективных решений и суждений. Так же необходимо правильное количество экспертов. Необходимо чтобы оно не шло в ущерб компетентности экспертов, но в то же время не было неоправданно заниженным. Количество экспертов колеблется от 5-7 до 12, в зависимости от численности персонала.

В обязательном порядке разрабатывается комплекс мер для организации деловых качеств сотрудников, ему придается правовой статус за счет выпуска отдельного локального нормативного положения, устава, распоряжения и т.п. Где описан порядок реализации этих мер.

Обработка, анализ и интерпретация полученных данных является сложнейшим этапом. Для этого лучше всего использовать комбинированный метод, который сочетает ручную и автоматизированную обработку.

Таблица 1. Каналы информирования персонала

| Каналы информирования персонала |                           |
|---------------------------------|---------------------------|
| Основные                        | Вспомогательные           |
| Печатные СМИ компании           | Приказы и распоряжения    |
| Прочие печатные издания         | Вечера вопросов и ответов |
| Протокольные мероприятия        | Правовая подготовка       |
| Неформально общение             | Открытия аттестации       |
| Корпоративный веб-ресурс        | Церемонии награждения     |

В более-менее простых случаях, где число чек-листов не превышает 5-7, обработку данных способны произвести три уполномоченных должностных лица, при помощи калькулятора. Один человек в определенной последовательности считает и проговаривает оценочные баллы, второй их фиксирует, а третий производит контроль правильность выполнения обработки. Удачным примером автоматизации этого процесса является редактор MS Excel, либо его аналог.

По итогам обработки, интерпретации результатов: ей предшествует тщательная проверка обработанных данных; её основа, это четкие критерии, прошедшие апробацию и зафиксированные в соответствующих документах; она должна создавать объективную основу для выводов, а не подменять их. Этап формулирование выводов, лучше всего провести в виде совещания, в котором участвуют эксперты, уполномоченные сотрудники службы по работе с персоналом, представители соответствующих структурных подразделений и представители руководства компании. На совещании происходит: (1) подведение общих итогов работы ассессмент-центра; (2) по окончании дополнительного обсуждения, принимаются решения на основе оценочных данных сотрудников с неоднозначной интерпретацией; (3) материалы, о прошедших процедуру оценки ассистент-центром сотрудников, группируются в соответствии. С системой интерпретационный критериев; (4) формируются выводы и рекомендации, в виде оценочного листа или его аналога, относительно содержания управленческих действий, целесообразных принятию в отношении сотрудников, отнесённых к соответствующим группам, руководству компании.

На практике, как правило, выводы состоят из рекомендаций касательно проведения аттестации соответствующих категорий сотрудников, так же для представления: к переводу на более высокооплачиваемую работу; направления на профессиональную переподготовку; применение мер дисциплинарного воздействия; процедуре установления соответствия квалификации для последующего перевода на другую работу, которую он может выполнять, или увольнение.

При определенных условиях эти выводы носят предписывающий, а не рекомендательный характер. Только если, совещание, в установленном порядке, наделено соответствующими полномочиями, закреплёнными документально. Они могут быть распространены на выводы: о отказе кандидату соискателю вакансии; о признании результата испытания, если в трудовом договоре содержатся условия о периодическом проведении испытаний; при проведении мероприятий по сокращению, признание сотрудника не имеющим преимущественных прав на сохранение прежней работы; о признании соискателя вакансии не выдержавшим испытание.

С юридической точки зрения при проведении такой процедуры и должном документированием её результатов, исключает возможность обжалования работником принятого работодателем решениями

неправомерного и необоснованного. В случае отказа в кандидатуре, претендент вакансии имеет право потребовать от работодателя письменно осведомить о причине отказа в заключении трудового договора, работодатель обязан выполнить данные требования.

Решения, принимаемые по результатам проведения ассесмент-центра: проведение подбора кандидата руководящую должность; обновление списков кадрового резерва.

Преимущества: (1) объективность оценки; (2) наиболее полное выявление соответствия работников корпоративной культуре организации; (3) элементы командообразования за счет контакта друг с другом при проведении оценки.

Недостатки: (1) большие расходы на покупку технологий или проведение ассесмент-центров; (2) процедура затрачивает много времени, на предварительный инструктаж уходит около 2 часов, на участие и анализ результатов тратится 1,5 – 2 дня; (3) при принятии обратной связи, существует высокая вероятность стресса, в особенности для надменных сотрудников.

#### **Список литературы:**

1. А.К. Клочков А.К. «КРІ и мотивация персонала: полный сборник практических инструментов». Москва.: Эскимо, 2013. – 103 с.
2. Е. Ветлужских «Мотивация и оплата труда. Инструменты. Методики. Практика». Москва.: Эскимо, 2017. – 124 с.
3. С. Иванова «Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час». Москва: Альпина Паблишер, 2012. - 269 с.
4. Т.Ю. Базаров «Управление персоналом». Москва: Эскимо, 2014. – 115 с.

## **ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ОТРАСЛИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕГИОНЕ: НА МАТЕРИАЛАХ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Кадацкая Д.В., канд. экон. наук, доцент,  
Кикалишвили Д.Г., магистрант**  
*Белгородский государственный технологический  
Университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** В статье исследованы основные тенденции развития малого предпринимательства в отрасли легкой промышленности на материалах Белгородской области. Представлена динамика индекса производства легкой промышленности, состав и структура субъектов малого предпринимательства, а также основные направления финансовой поддержки малого предпринимательства в Белгородской области.

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, легкая промышленность, сильные стороны, финансовая поддержка

В настоящее время основой современной модели экономики выступает малый бизнес, который наряду с обеспечением конкурентных преимуществ экономики рыночного типа, в большинстве случаев определяет темпы экономического роста, уровень занятости населения, а также структуру и качество внутреннего валового продукта.

Малое предпринимательство в Белгородской области представляет собой динамично развивающийся сектор экономики, за счет которого пополняется бюджет посредством налоговых выплат, обеспечивается качество произведенных товаров и услуг, создаются новые рабочие места. Таким образом, решая многие социальные вопросы, малое предпринимательство способствует повышению качества жизни населения.

В 2017 году число малых предприятий в Белгородской области (без учета микропредприятий) составило 2357 ед., в том числе количество предприятий легкой промышленности – 546 ед., что повышает актуальность изучения экономических возможностей малого предпринимательства в отрасли легкой промышленности, т.к. малые предприятия потребляющие местные ресурсы и реализующие свою продукцию преимущественно на местном рынке, в настоящее время

выступают катализатором социально-экономического развития Белгородской области[4].

Для развития легкой промышленности в Белгородской области сложились в целом благоприятные условия: высокая степень обеспеченности собственным сырьем, квалифицированными кадрами, емкостью рынка.

Несмотря на общее сокращение числа индивидуальных предприятий в сфере легкой промышленности Белгородской области (на 0,5%), темпы ее роста увеличились. Так, в 2017 году наблюдается увеличение производства одежды на 61,9%, текстильных изделий – на 25,6%, кожи и изделий из кожи – на 14,7%. Кроме того, с 2016 по 2017 годы наблюдается увеличение такого показателя, как индекс производства текстильных изделий – в 1,2 раза (что составило 125,6%). Индекс производства одежды за аналогичный период имеет положительную тенденцию к увеличению на 61,9%.

Оборот организаций отрасли за январь-сентябрь 2017 года увеличился на 5,9% и составил 1,3 млрд. руб. При этом увеличение произошло за счет роста оборота организаций производства текстильных изделий, который составил 333 млн. руб., темп роста за год – 29%. Оборот организаций производства одежды и кожаных изделий за девять месяцев 2017 года составил 285,7 млн. руб. и 244,1 млн. руб. соответственно. Темп роста данного показателя с 2016 по 2017 год сократился на 1,5%.

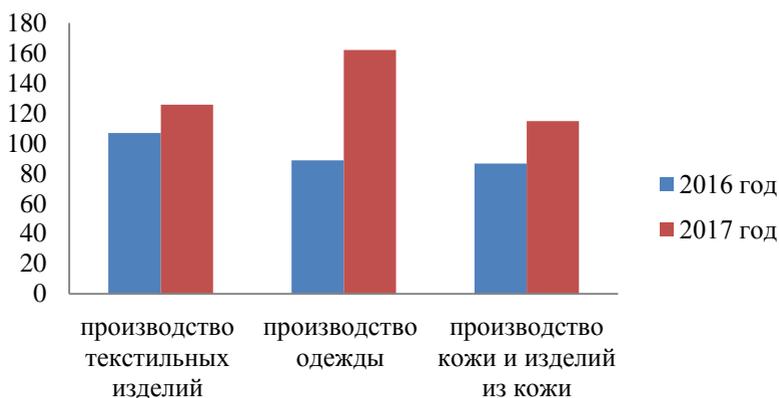


Рисунок 1- Индекс производства легкой промышленности в Белгородской области за 2016-2017 гг.[4]

Предприятия в сфере легкой промышленности имеют тенденцию роста: за девять месяцев 2017 года ими отгружено товаров на 952,7 млн. руб. (четвертое место), рост к аналогичному периоду 2016 года составил 16,5%. Однако, стоит учитывать, что доля легкой промышленности в ВВП относительно невелика – порядка 0,05%, что составляет 0,29% от объема промышленного производства и 0,17% от объема обрабатывающих производств.

По прогнозам Департамента экономического развития Белгородской области в 2019-2020 годы ожидается увеличение производства одежды в 1,4 раза, текстильных изделий – в 1,2 раза, кожи и изделий из кожи – в 1,1 раза [4].

Лёгкая промышленность Белгородской области представлена следующими организациями: ОАО «Белгородская швейная фабрика «Россиянка», ООО «Фирма «Веснянка», ООО «Губкин обувь», ООО «Модэмис», ООО «Кубера», ООО «Идеальная пара» и другие. Доля обеспечения конкурентоспособности сегмента и удовлетворения потребностей потребителей в товарах, предприятиям легкой промышленности, необходимо обеспечить высокий уровень модернизации и переоснащения производственных мощностей, за счет совершенствования технологий и средств производства, а также расширения ассортимента продукции. [2].

В Белгородской области 87,9% малых предприятий относятся к категории микропредприятий с численностью сотрудников до 15 человек. На долю предприятий с количеством штатных сотрудников от 16 до 100 человек приходится 11,3% малых фирм. Малые и микро предприятия составляют 99,2% общей численности малого и среднего предпринимательства [1].

Можно выделить следующие сильные стороны малого предпринимательства, в том числе в отрасли легкой промышленности (табл. 1).

В Белгородской области действует множество программ и проектов, направленных на поддержку малого предпринимательства. Например, при поддержке Фонда развития и поддержки малого предпринимательства реализуется тренинг «Повышение производительности труда. Бережливое производство». Данный тренинг проводится для действующих и начинающих предпринимателей с целью обучения навыкам, необходимым для повышения производительности труда и операционной эффективности бизнеса. Основной принцип бережливого производства – делать больше, расходуя при этом меньше (человеческих усилий, оборудования,

производственных площадей) и выпуская качественную продукцию, которую хочет потребитель.

Кроме этого, проводятся различные конкурсы, стимулирующие предпринимательскую активность, в которых побеждают и поощряются те представители бизнес-сообщества, которые осознают, что бизнес должен быть социально ответственным, направленным на распространение этических норм ведения бизнеса, снижение уровня напряженности в отношениях между работниками и работодателями.

Таблица 1 - Преимущества малого предпринимательства в отрасли легкой промышленности

| <b>Преимущества</b>                            | <b>Характеристика</b>   |
|--|---|
| Относительно низкий размер стартового капитала | Кроме собственного капитала, для открытия малого бизнеса, государство стремится поддерживать малые фирмы, такими средствами как кредитование на льготных условиях, бесплатные консультации, финансовая безвозмездная помощь. Одним из ярких примеров являются бесплатные курсы начинающего предпринимателя, продолжительностью около трех недель при городских центрах занятости. |
| Простота управления                            | Малым предприятием проще управлять, чем большим, из-за небольших размеров. Движение финансовых потоков, отчетность перед государством, учет товарно-материальных ценностей, – за всем этим не так сложно следить владельцу малого бизнеса, чем хозяевам крупных корпораций.   |
| Быстрый процесс принятия решений               | В публичных компаниях все стратегически важные решения принимаются при согласовании с Советом Директоров, в малых – решения принимаются быстро, потому что отсутствует бюрократизм.   |
| Контроль над компанией                         | В малом бизнесе в большинстве случаев контроль над компанией принадлежит одному человеку – владельцу. Руководитель вправе самостоятельно принимать решения.   |

Стоит отметить, что в Белгородской области активно создаются благоприятные условия для устойчивого развития малого предпринимательства, как в целом, так и для легкой промышленности.

Финансовая поддержка субъектов малого предпринимательства осуществляется по следующим направлениям:

- микрофинансирование;
- гранты;
- субсидии;
- поручительство по кредитам;
- поручительство по банковской гарантии;
- поручительство по лизингу.

Таким образом, для развития сектора малого предпринимательства в отрасли легкой промышленности Белгородской области характерны две тенденции: с одной стороны – постепенно увеличивается количество малых фирм и их обороты, а с другой стороны – объем инвестиций в основной капитал и численность наемных работников остается постоянной или незначительно снижается в последние годы.

На сегодняшний день предприятия легкой промышленности Белгородской области в целях становления востребованными и конкурентоспособными субъектами малого бизнеса, при постоянно меняющихся условиях внешней среды, прикладывают основную часть усилий на модернизацию и переоснащение производства, а также совершенствование технологий производства, расширение ассортимента продукции и наращивание мощностей.

#### **Список литературы:**

1. Кадацкая Д.В., Клепиков Ю.Н. Взаимодействие предпринимательских структур и высших учебных заведений: тенденции и перспективы развития. В сборнике: Актуальные проблемы экономического развития. Сбор докладов IX Международной научно-практической конференции. 2018. С. 219-224.
2. Романенко Е.В., Бирюков В.В. Малое и среднее предпринимательство в условиях модернизации российской экономики //Вестник Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии, 2015. – № 42.
3. Состояние и перспективы развития малого и среднего бизнеса Белгородской области. URL: <http://www.mb31.ru>
4. Экономический портал Белгородской области. URL: <http://www.belgorod.com/potential/ratings-of-the-belgorod-region/>

## К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

**Кухарь С. И., магистрант,  
Зинченко Е.Р., магистрант**

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В. Г. Шухова*

**Аннотация.** В статье представлены основные аспекты деятельности малого и среднего предпринимательства в современных условиях в рамках развития региона на материалах Белгородской области, в которой в настоящее время успешно реализуются программы, направленные на поддержку бизнеса. С учетом основных тенденций и закономерностей развития малого и среднего предпринимательства, выявлены проблемы в данной области.

**Ключевые слова:** малое и среднее предпринимательство, программы поддержки, региональная экономика, плановые показатели, проблемы развития

Актуальность развития малого и среднего предпринимательства (МСП) в России, в последние несколько лет существенно увеличилась, что обусловлено возможностью увеличения числа новых рабочих мест, поступлением новых товаров на рынок, расширением их ассортимента, а также удовлетворением многочисленных нужд потребителей.

В период плановой экономики развитие страны было ориентировано на создание крупных предприятий в сфере добывающего производства, энергетики, тяжелой металлургии, что привело к формированию навыков и знаний в данных приоритетных направлениях бизнеса [6].

Однако в современных условиях развития экономики, в период глобализации и интеграции появилась возможность переориентировать приоритеты для бизнеса, в том числе и для МСП.

К субъектам МСП, согласно Федеральному закону «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», относятся предприятия с определенными выручкой и численностью работников (табл. 1) [3].

Малый и средний бизнес в России имеет достаточный потенциал, и очевидно, что этот сектор нуждается в развитии.

Таблица 1 - Характеристика субъектов МСП

| Категория субъекта МСП | Выручка без НДС в год | Численность работников |
|------------------------|-----------------------|------------------------|
| Микропредприятия       | 120 млн.              | Не более 15            |
| Малое предприятие      | 800 млн.              | Не более 100           |
| Среднее предприятие    | 2млрд.                | Не более 250           |

В настоящее время наблюдается положительная динамика роста сектора малого и среднего бизнеса за период 2015-2017 годов (рис. 1).

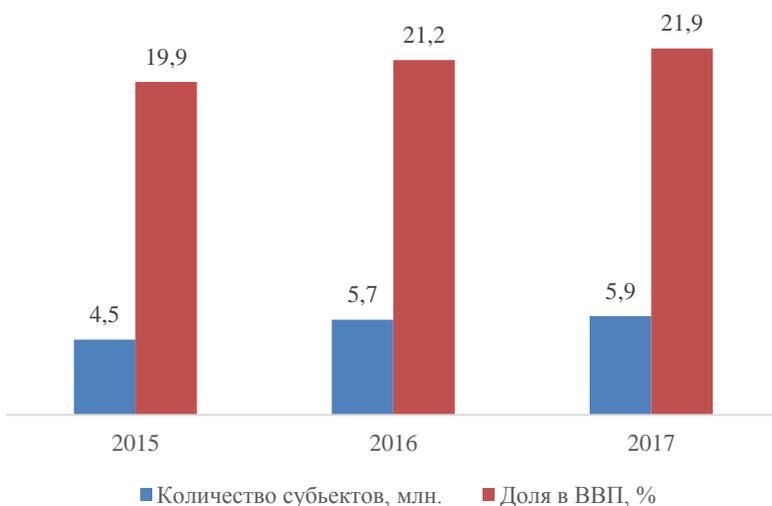


Рисунок 1 - Динамика численности МСП за 2015-2017 годы [9]

За исследуемый период наблюдается увеличение числа МСП на 0,2%, а также их доли в ВВП страны на 1%.

Несмотря на сложное формирование института малого и среднего предпринимательства принимаются все попытки для развития данной сферы.

Так, правительство РФ решает стратегические проблемы развития бизнеса посредством использования инструментов государственной поддержки в виде различных государственных программ (табл. 2).

Таблица 2 - Программы поддержки МСП в России

| Умник   | Старт  | Развитие   | Кооперация  | Коммерциализация   |
|---|--|--|---|--|
| <b>Преимущества</b>   |  |  |   |  |
| Финансовая поддержка в размере 500 000 рублей                       | Возможность участие физ. лиц и юр. лиц; финансовая поддержка в размере 2,5 млн. рублей | Поддержка в размере 15-20 млн. рублей; прирост объема реализации инновационной продукции | Финансовая поддержка до 25 млн. рублей; возможность реализации товаров или услуг индустриальному партнеру | Поддержка до 20 млн. рублей; возможность расширения производства |
| <b>Недостатки</b>   |  |  |   |  |
| Поддержка предоставляется только молодым предпринимателям до 30 лет | Необходимость поиска инвестора для внебюджетного софинансирования                      | Возврат средств при существенно м недостижении и плана                                   | Внебюджетное софинансирование не менее 100 % от суммы гранта  | Внебюджетное софинансирование не менее 100 % от суммы гранта     |

С целью стабилизации экономики в России разработана Концепцию долгосрочного социально-экономического развития страны, в соответствии с которой к 2020 году субъекты малого и среднего предпринимательства должны достигнуть следующих показателей: доля МСП должна составить более 80 % в общей численности субъектов, количество занятых в деятельности МСП - 60%. (рис. 2).

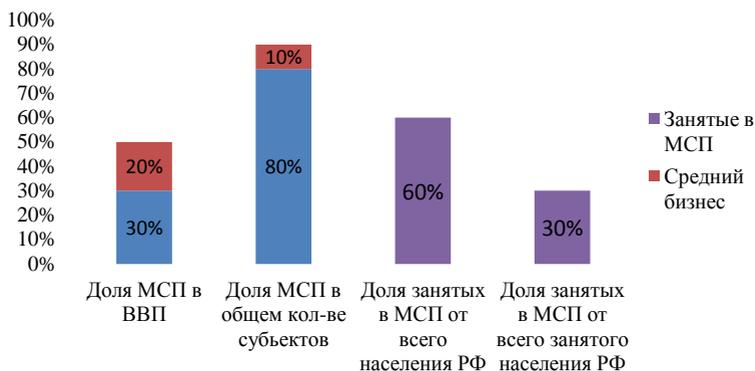


Рисунок 2 - Анализ плановых показателей Концепции долгосрочного социально-экономического развития страны до 2020 года

В 2018 году в России создана «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» (Корпорация МСП) в соответствии с Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Указом Президента Российской Федерации «О мерах по дальнейшему развитию малого и среднего предпринимательства» [3, 4]. К числу основных задач, решаемых в рамках Корпорации МСП относятся:

- обеспечение поддержки субъектам МСП, а также организациям, которые образуют инфраструктуру бизнес-среды;
- привлечение российских и иностранных инвестиций;
- в рамках развития проектов МСП организовать сопутствующую поддержку в сфере информационного, маркетингового, финансового и юридического сопровождения;
- разработка направлений совершенствования поддержки субъектов МСП, в том числе и нормативно-правового регулирования в данной сфере и др.

Кроме того, необходимо отметить взаимосвязь предпринимательства и образования. Как заметил научный руководитель Московской школы управления «Сколково» Андрей Волков, в последние пять лет происходит трансформация российских университетов. Из площадки для подготовки кадров, которой они традиционно считались еще с советских времен, ведущие вузы трансформируются в исследовательские и «разработческие» [10].

Для развития как региональной, так и всей экономики страны субъекты предпринимательства внедряют новые научные разработки и инновационные технологии, которыми обладают вузы, что создает конкурентные преимущества и повышает прибыль предприятий. [7].

Основной задачей большинства вузов является повышение рейтинга за счет усиления сотрудничества с предпринимательской средой в условиях усиливающейся конкуренции за ресурсы, учитывая бюджетные ограничения, обеспечивая студентам возможность освоения профессиональных программ, участия в проектах, работы с менторами, реализации предпринимательских идей. Региональные вузы способны стать лидерами в раскрытии инновационного и человеческого потенциала, стать «локомотивами» развития малого и среднего предпринимательства [8].

Но несмотря на действующие программы поддержки и содействие сектору МСП со стороны государства, малому и среднему бизнесу приходится сталкиваться с определенными трудностями (рис. 3).

Для того, чтобы преодолеть сложившиеся барьеры в развитии МСП, необходимо в дальнейшем обеспечить высокий уровень законодательной и нормативной базы, регулирующей деятельность государственных учреждений и учитывающей специфику малого и среднего бизнеса.

## Проблемы МСП

Недобросовестная конкуренция на рынке в значительных объемах.

- ценовой демпинг со стороны фирм-«однодневок», «серых» предпринимателей, топговля инсайлерской информацией, искусственное ограничение конкуренции

Некачественный подход к реализации механизмов поддержки малого бизнеса.

- предприниматели в массе своей не информированы о мерах поддержки, из механизма поддержки предпринимательства делается бизнес с элементами незаконного предпринимательства

Несовершенство нормативно-законодательной базы, регулирующей деятельность предпринимателей.

- невнятно написанные законы, отсутствие прозрачности в их исполнении, недостаточное информирование предпринимателей – всё это не позволяет бизнесменам с приемлемыми временными и финансовыми затратами решать свои задачи

Слабая консолидация предпринимательского сообщества.

- каждый сам за себя, некому пожаловаться на недобросовестных конкурентов, неправомерные претензии контрольно-надзорных органов и пр.

Рисунок 3 - Основные проблемы развития малого и среднего предпринимательства в регионах

Совершенствование законодательной базы и правового регулирования предпринимательской деятельности через систему законов, которая позволит создать условия, способствующие свободе предпринимательства и минимизации административного вмешательства в деятельность субъектов малого и среднего бизнеса.

Уровень удовлетворённости качеством государственных услуг является существенным элементом благоприятного инвестиционного климата для малого и среднего предпринимательства.

### Список литературы:

1. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 N 1083-р (ред. от 30.03.2018) «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года»

2. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 28.09.2018) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»
3. Ф3 N 209 от 24.07.2007 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изменениями на 27 декабря 2018 года).
4. Указ Президента РФ от 05.06.2015 N 287 «О мерах по дальнейшему развитию малого и среднего предпринимательства».
5. Воротников Д. С., Рожкова Н. К. Малый и средний бизнес в России: проблемы и пути развития. Вестник Университета (Государственный университет управления). 2016. № 10. С. 26-33.
6. Наумкин В.А. Малый и средний бизнес в России: современное состояние и перспективы развития. Общество: политика, экономика, право. 2016. № 11. С. 110-112.
7. Кадацкая Д. В., Лаврова Ю. С. Консорциум предпринимательских структур и высших учебных заведений в рамках развития региональной экономики. Креативная экономика. 2018, №9, С.1469-1474.
8. Кадацкая Д. В., Клепиков Ю. Н. Взаимодействие предпринимательских структур и высших учебных заведений: тенденции и перспективы развития. В сборнике: Актуальные проблемы экономического развития. Сбор докладов IX Международной научно-практической конференции. 2018. С. 219-224.
9. Росстат. Электронный ресурс.  
[http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/vvp/dolya-msp.xlsx](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/dolya-msp.xlsx).
10. Высшая школа экономики. Электронный ресурс.  
<https://www.hse.ru/news/213911728.html>

## ДИСБАЛАНС СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Лаврова Ю.С., ассистент,  
Вельмазова Г.С., магистрант**

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** В статье изучены основные аспекты организации сетевого маркетинга, представлена история его становления, представлены его сильные и слабые стороны. Кроме того, изучены основные недостатки сетевого маркетинга с учетом слабых сторон и их влияние на принципы деятельности предприятий.

**Ключевые слова:** дилерская сеть, сетевой маркетинг, сильные и слабые стороны, дистрибьюторская деятельность

Для эффективного продвижения товара на рынок и его последующей реализации через дилерскую сеть был создан сетевой маркетинг, — а именно команда дистрибьюторов, имеющая право на личное использование продаваемой продукции, а также создать собственную сеть дилеров [2].

Современное ведение бизнеса не может обойтись без интернета. Всё больше компаний предлагают свою продукцию в сети, поэтому специалисты внедряют разработанные инновационные способы продвижения услуг или товара, которые работают в виртуальном пространстве, разрабатывают новые способы заказов продукции, а также предлагаются виды ее оплаты. По этой причине, основной задачей сетевого маркетинга является информационный охват максимально возможного количества потребителей методом непосредственной рекомендации, то есть передача информации о продукции и бизнесе от человека к человеку [5].

При нормализации данного процесса, продажа продукции становится естественным и неизбежным его результатом. Кто-то в нём только потребляет продукцию, кто-то занимается её продажами, кто-то формирует сети распространителей, и все имеют при этом свою выгоду. В то же время, компания получает стабильный рынок сбыта и прибыль.

Двигателем, в данном контексте, является доход, который может получить распространитель продукции, вовлекая в этот процесс других распространителей, или, иначе говоря, возможность зарабатывать на продажах или потреблении привлеченных им других участников системы.

Получивший стартовый импульс только в середине 70-х годов прошлого века, сетевой маркетинг довольно быстро набрал обороты [1].

Компании сетевого рынка, которых сейчас в мире насчитывается несколько тысяч, уже к концу XX века по разным оценкам имели суммарный оборот более 100 миллиардов долларов США в год. Многоуровневый маркетинг признан легитимным видом деятельности в США, Канаде, Англии, Австралии, Германии, Японии, Малайзии и других странах мира. Возможности глобальных компьютерных сетей сделали этот бизнес в последние годы еще более эффективным и перспективным.

Что же позволило сетевому маркетингу (MLM) так быстро потеснить на рынке традиционные формы торговли и начать уверенное шествие по многим странам мира?

Это связано со следующими его преимуществами или сильными сторонами:

1. Сетевой маркетинг – это более короткий путь продвижения продукта от производителя к потребителю, чем стационарная торговля. Это более простая схема дистрибуции – отсутствуют многие элементы инфраструктуры оптовой, мелкооптовой и розничной торговли и связанные с ними затраты.

2. Для дистрибьюторов нет ограничения территории дистрибуции, особенно, если компания является международной [3].

3. При этом способе продаж отсутствует необходимость в массивной дорогостоящей рекламе, в том числе в средствах массовой информации.

4. Сетевой маркетинг предполагает действенный и эффективный обмен информацией между компанией и дистрибьюторами, непосредственными реализаторами и конечными потребителями продукции. Компании MLM имеют возможность малозатратным способом проводить детальные маркетинговые исследования и совершенствовать свою стратегию.

5. Это активный способ продаж, базирующийся на объективных социально-психологических законах.

6. Это динамичный, быстро развивающийся бизнес. Тенденция его расширения имеет вид геометрической прогрессии

7. Сетевой маркетинг является специфическим видом предпринимательской деятельности, в котором, при правильном отношении к делу, финансовый риск для людей, принявших решение сотрудничать с компанией, как правило, минимален [8].

Старт не требует больших вложений, обычно нет потребности в получении денежного кредита (но нужен кредит доверия к компании и ее продукции).

В других сферах торговли и самозанятости населения начало бизнеса требует гораздо больших инвестиций.

8. Это упрощенная и малозатратная система поиска и подготовки сотрудников. Кадрами, в основном, занимаются сами дистрибьюторы. Основной принцип формирования «костяка» сотрудников-профессионалов - естественный отбор. Нет необходимости обязательного тестирования и тщательного отбора организаторов из потенциальных кандидатов, есть возможность испытать всех, никто не отвергается сразу, тем самым исключаются ошибки искусственного отбора.

9. Продвижение сотрудников по ступенькам карьерной лестницы происходит естественно, путем самовыдвижения лидеров – организаторов бизнеса. Нет необходимости создания резерва менеджеров, своевременного продвижения их по службе и т.п. Нет предпосылок для nepoтизма или протекционизма, субъективного ограничения персонального роста. Для продвижения не нужно угождать, стараться понравиться начальству.

10. Этот бизнес имеет чрезвычайно широкую социальную и профессиональную основу. Для начала работы в качестве дистрибьютора изначально не нужно иметь специальное образование и профессию, достаточно пройти кратковременное обучение и получить необходимый минимум знаний.

11. Этот бизнес предоставляет людям возможность самостоятельно определять режим и график своей работы, во многом не зависеть от администрации и вышестоящих дистрибьюторов компании.

12. В среде дистрибьюторов отсутствует «уравниловка», каждый получает тот доход, который заслужил.

13. Конкуренция между дистрибьюторами одной компании присутствует, но носит обычно «мягкий», соревновательный характер.

14. Это бизнес многоуровневой, «сквозной» мотивации, и не только финансовой.

15. Это бизнес человеческого общения, который ориентирует людей на самосовершенствование [8].

Но, как и любой другой вид бизнеса, сетевой маркетинг не лишен также некоторых недостатков или слабых сторон.

Во-первых, происходит большой отсев сотрудников, так как по статистическим данным более 90 % рекрутов компаний MLM через

полгода после подписания соглашения прекращают активную дистрибьюторскую деятельность. Это связано с тем, что не все люди способны быть самостоятельными бизнесменами, сами собой руководить, глубоко разобраться в специфике MLM. Не все обладают необходимым упорством и терпением [7]

Построение работоспособной, приносящей неплохой доход дистрибьюторской организации – дело непростое, «стрессовое» и не такое быстрое. Торговать тоже нужно уметь, и не все к этому склонны, поэтому не любят продавать, мало того, еще иногда и недолюбливают тех, то продает. Поэтому многие «сходят с дистанции».

Свое неумение и нежелание напряженно работать люди стараются вменить в вину спонсорам или компании, а то и бизнесу MLM как таковому.

Компаний немало - людей, не сумевших успешно сделать в них свой бизнес, в тысячи раз больше. Отсюда – разочарование и негативное отношение к сетевому маркетингу у значительной части населения.

Во-вторых, в системе MLM невозможно централизованно и эффективно контролировать всех сотрудников. В процесс вовлекаются широкие массы самых разных людей, со своими представлениями, подходами к делу, моральными устоями [7]

Все это иногда приводит к изменениям в принципах MLM и политики компании, авторитарным воздействиям и модернизации бизнеса в регионах его распространения, что может негативно отражаться как на репутации отдельных компаний, так и имидже индустрии в целом.

В-третьих, в системе MLM существует ряд внутренних противоречий или конфликтов.

Первое противоречие - это конфликт между компанией и сетью дистрибьюторов. Корень конфликта – прибыль, что также подогревает традиционный конфликт интересов между покупающей и продающей стороной.

Второе противоречие - конфликт внутри самой дистрибьюторской сети [2].

Как мы видим, участником MLM может стать любой человек, независимо от его социального положения, образования, степени духовного развития, психологических особенностей и т.д.

Однако что-то должно послужить толчком для принятия такого решения конкретным человеком, и эта побудительная причина должна быть массово значимой – актуальной для самого широкого круга разных

людей, так как только тогда будет происходить быстрое формирование дистрибьюторской сети.

Таким способом формируется сетевая структура - иерархически построенная потребительски-бытовая система «сквозной мотивации», имеющая свои противоречия экономического дисбаланса.

#### **Список литературы:**

1. Англо-русский словарь по рекламе и маркетингу / В.Б. Бобров. - М.: РУССО, 2016. - 699 с.
2. Антиинтуитивный маркетинг / Клэнси, Кевин Дж; Криг, Питер. - М.: СПб: Питер, 2018. - 432 с.
3. Барт Т.В., Кадацкая Д.В. Обеспечение качества закупок на основании модели партнёрства // Фундаментальные исследования. 2017. № 6. с. 101-104.
4. Информация и риск в маркетинге / Р.Д. Баззел, Д.Ф. Кокс, Р.В. Браун. - М.: Финстатинформ, 2018. - 587 с.
5. Малозатратный маркетинг / Р. Джей. - М.: СПб: Питер, 2017. - 240 с.
6. Маркетинг / Б.В. Сребник. - М.: Высшая школа, 2018. - 360 с.
7. <http://www.mlm-books.com/zhurnaly>
8. <http://www.kokh.ru/zhurnal-oskr-novoe-izdanie-v-setevom-marketinge/>

## АДАПТАЦИЯ МЕХАНИЗМА ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ К РОССИЙСКИМ УСЛОВИЯМ

Лычева И.М. канд. экон. наук, доцент,

Лычева С.В., студент

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г.Шухова*

**Аннотация.** Российский рынок проектного финансирования пребывает на начальном этапе развития. Это обуславливает необходимость углубленного изучения технологий инвестирования на его основе, что позволит адаптировать проектное финансирование к существующим реалиям и обеспечить его использование для развития экономики.

**Ключевые слова:** проектное финансирование, развитие экономики, механизм проектного финансирования.

Технология проектного финансирования во всем мире является политическим и экономическим инструментом привлечения инвестиций в экономику. Российские инвесторы используют её через аналоги, которые они извлекают из иностранного права. Традиционные для экономики России подходы к инвестиционной деятельности неконкурентоспособны и не могут применяться в операциях проектного финансирования. Необходимо выполнить определённые действия, чтобы механизм проектного финансирования заработал.

Если привлечь в проект государственные структуры, которые разработают проектную документацию, то проектные риски сократятся, и частные финансовые структуры введут подобные проекты в свою практику [4].

Слабая юридическая база в России делает бизнес неконкурентоспособным, потому что участники проектов не доверяют друг другу. Они считают, что их права собственности незащищены, а финансовая информация не раскрыта.

Чтобы повысить эффективность и безопасность работы организаций, которые выходят на рынок проектного финансирования, требуется урегулировать множество правовых аспектов, включая вопросы:

1. Правового статуса проектного финансирования применительно к российским условиям;

2. Выделения имущественных объектов, относящегося к инвестиционной деятельности;

3. Учета издержек в денежных потоках проектов;
4. Предоставления имущественных объектов в залоговое обеспечение по займам, выданным в рамках инвестиционного процесса;
5. Распределения будущих доходов, продуцируемых проектом, в целях погашения долговых обязательств;
6. коллективной реализации прав займодавцев;
7. Обеспечения защиты денежных потоков, генерируемых инвестиционными проектами;
8. Стоимостной оценки рисков инвестиционных проектов.

С точки зрения адаптации к условиям России, большое значение имеет практика стимулирования развития проектного финансирования.

В этом смысле особое внимание требуется уделить содействию:

- повышению конкурентоспособности операционных издержек;
- снижению курса национальной валюты;
- усилению государственной поддержки крупных инвестиционных инициатив.

Финансовые менеджеры и их способности являются одним из самых ценных ресурсов любой системы. Поэтому планирование потребности в человеческих ресурсах представляет собой важнейшую стратегическую задачу, требующую решения в рамках любого инвестиционного проекта. Требования, предъявляемые рынком к уровню квалификации этих специалистов, не учитываются образовательными учреждениями. Таким образом, в ведущих ВУЗах страны должна быть организована подготовка специалистов по направлению «Проектное финансирование» [3].

Развитию проектного финансирования будет способствовать совершенствование механизма предоставления государственных гарантий от политических рисков. Кроме того, в России инициаторам инвестиционных проектов должно быть рекомендовано в полном объеме применять такой метод управления проектными рисками, как страхование с использованием преимуществ, предоставляемых лидерами мирового страхового рынка.

В случае использования механизма проектного финансирования ключевым источником обслуживания долговых обязательств является cash flow, генерируемые организацией специального назначения (SPV). До выхода относящихся к инвестиционному проекту производственных объектов на проектную мощность, инициаторы имеют серьезные проблемы с привлечением долгосрочных займов на приемлемых условиях. В данном случае выходом может стать заключение контрактов на поставки продукции с объектов, которые не имеют

прямых связей с инвестиционным проектом. Придание данному инструменту правового статуса позволит обеспечить его активное применение в инвестиционной деятельности [3].

В целях эффективного развития механизма проектного финансирования следует минимизировать воздействие сдерживающих факторов в виде некачественного исполнения надзорных функций [3].

Модель контроля должна обеспечивать разрешение проблем, связанных:

- с созданием стратегии реализации инвестиционного проекта;
- с детализацией мероприятий, которые смогут обеспечить достижение цели проекта;
- с созданием удобных, соответствующих целям проекта надзорного регламента и структуры отчётности;
- с определением контрольных точек реализации проекта;
- с распределением ответственности за выполнение мероприятий в рамках проекта;
- с обеспечением понимания всеми участниками проекта общих целей;
- с формированием графиков документооборота;
- с формированием контрольных регламентов.

Использование предложенных мер может способствовать устранению дисбаланса между нуждами инвесторов и реальными особенностями функционирования в РФ механизма проектного финансирования, открыть перспективы для успешного развития многих российских отраслей промышленности, увеличения темпов экономического развития, улучшения уровня жизни, обеспечения населения новыми рабочими местами.

#### **Список литературы:**

1. Актуальные проблемы и направления развития российской экономики и финансов (часть 2): монография/ С. М. Бухонова, Ю. А. Дорошенко и др. Белгород: Издательство БГТУ, 2016.- 107с.
2. Никонова И.А., Смирнов А.Л. Проектное финансирование в России. Проблемы и направления развития. М.: Издательство «Консалтбанкир», 2016 – 216 с.
3. Федотова М.А., Никонова И.А., Лысова Н.А. Проектное финансирование и анализ. - М.: Юрайт, 2014.
4. Шамилев С.Р. Проектное финансирование в РФ: специфика и перспективы развития / Electronic multidisciplinary scientific journal Internetnauka (2017-5) с.1-21

## АНАЛИЗ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ДРАЙВЕРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Малыхина И.О., канд. экон. наук, доцент,  
Бережная А.В., аспирант  
*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** Работа по формированию экономики инновационного типа ведется достаточно давно. Формируются инновационные инфраструктуры на мезо-и макроуровнях, поддерживаются научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, создаются объекты инновационной инфраструктуры, призванные интенсифицировать инновационный процесс, совершенствуется законодательная база и т.д. Но остается нерешенной проблема развития промышленности. В связи с этим важной задачей является поиск инновационно-инвестиционных драйверов экономического развития.

**Ключевые слова:** инновационно-инвестиционные драйверы, экономическое развитие, регион, методика оценки, эффективность.

Современные условия хозяйствования характеризуются повышенной геополитической напряженностью, санкционным давлением на российскую экономику, искусственным ограничением зарубежных инвестиционных потоков в Россию. Таким образом, в условиях возникшего экономического кризиса, отечественная экономика должна находить и опираться на внутренние возможности, резервы и источники экономического роста и развития. Безусловно, необходимо развивать отрасли промышленности, прежде всего, производственный сектор. Однако современные реалии показывают, что чтобы добиться успеха, развитие должно основываться на инновациях. Построение инновационной экономики, основанной на новейших знаниях, передовых технологиях, является сегодня первостепенной задачей. Это понимают все участники экономических отношений: государство, бизнес-сообщество, реальный сектор экономики, научно-исследовательские организации и высшие школы.

Очень сложно и медленно, достаточно неэффективно инновационные решения находят свое применение в реальном производстве. Процесс организации трансфера и коммерциализации инноваций требует системных, институциональных изменений. Реализация инноваций, внедрение инновационных проектов в

отечественной экономике привлечет инвестиционные потоки. Однако должно появиться стремление промышленных производств являться высокотехнологичными и наукоемкими, а также возникнуть потребность в отечественных инновациях, которые, в свою очередь, должны быть самого высокого уровня, отвечающие требованиям международных стандартов.

Анализ зарубежного опыта построения экономики инновационного типа подтверждает необходимость обеспечения устойчивого спроса производственным сектором экономики на инновации и передовые технологические разработки с целью их применения. При этом именно предприятия должны осуществлять заказ на инновации, исходя из внутренних потребностей, анализа существующих внутриотраслевых предпосылок развития, сложившейся конкурентной обстановки.

Инновации, как экономическая категория, подвергаются анализу с учетом двух основных аспектов. Во-первых, они являются безусловным фактором повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования и экономических систем в целом. Во-вторых, реализация инновационных стратегий приводит к возникновению кумулятивного эффекта — совершенствуется и рационализируется структура экономической системы, активизируется спрос на интеллектуальный капитал, развиваются смежные отрасли экономики, формируются новые общественные потребности, возникают новые возможности их удовлетворения и др. [4].

Инновационная и инвестиционная деятельность тесно связаны, поскольку инновации в условиях отсутствия инвестиций останутся лишь новшеством, не задействованным в практической деятельности. Таким образом, инновационно-инвестиционная деятельность по сути является симбиозом двух тесно взаимосвязанных процессов - инновационного и инвестиционного для достижения общих целей. Фундаментом данной деятельности является инновационно-инвестиционный потенциал, развитие которого заключатся в поэтапной реализации процессов стратегического планирования, прогнозирования, проектирования, анализа инвестиционных рисков и оценки эффективности инновационного и инвестиционного процессов [1].

Инновационно-инвестиционная деятельность осуществляется[5]:

- при активизации экономической активности;
- при привлечении инвестиционных потоков для реализации приоритетных направлений инновационного развития экономики;
- при формировании системы финансовых институтов организационно-правового статуса, которые призваны обеспечить

непрерывность и достаточность финансирования научно-технической и инновационной деятельности;

- при формировании человеческого капитала для потребностей исследовательской, научно-технической, инженерно-проектировочной, технико-внедренческой деятельности;

- при создании эффективной инфраструктуры пользования инновационной продукцией посредством стимулирования консалтинговой, маркетинговой, образовательной деятельности для роста степени инновационной восприимчивости.

Один из способов развития инновационной и инвестиционной деятельности — стимулирование драйверов инновационно-инвестиционного развития. Исследуя методологические подходы в отечественной и зарубежной науке к формированию драйверов инновационно-инвестиционного развития региона, необходимо уточнить, что мы понимаем под экономической категорией «драйвер». Так, драйвер - это субъект хозяйственных отношений, объект экономического воздействия, способ организации или метод управления, воздействующий на экономическую систему и приводящий к упорядочению ее структуры, интенсификации процессов роста и развития потенциала подсистем, способствующий повышению эффективности функционирования системы и достижению экономического, социального, научно-технического, технологического, экологического и иного вида эффекта. При этом драйверы инновационно-инвестиционного развития, с одной стороны, создают условия для коммерциализации инноваций в данном территориальном сегменте, с другой стороны, стимулируют приток инвестиций с целью реализации проектов, связанных, как правило, с применением данных инноваций и новейших технологий [2].

Отметим, что драйверы или импульсы роста самостоятельно обеспечить развитие системы не могут, они способствуют формированию благоприятных условий для данного развития. Понятие драйвер экономического развития представляет собой самостоятельную устойчивую систему, функционирующую в условиях оптимальной конфигурации базовых факторов удовлетворения растущего спроса за счёт внутренних резервов. Драйверы могут быть различного генеза. Мы видим наибольший интерес в инновационно-инвестиционных драйверах экономического развития, поскольку инновационная и инвестиционная плоскости развития сегодня являются стратегическими и наиболее приоритетными, стимулирующими развитие высокотехнологичных производств и наукоемкого сектора, которые, в свою очередь, являются

механизмами построения новой экономики – инновационной, основанной на новейших знаниях и технологиях. Важнейшая функция драйвера развития заключается в построении самодостаточной системы или ее развитии, распространяющего и развивающего импульсы, исходящие от точек роста в подсистемах экономической системы [2].

Отметим, что производя оценку эффективности инновационно-инвестиционных драйверов экономического развития, необходимо руководствоваться общими методологическими принципами ее проведения и необходимо понимать, чем драйвер является в конкретной ситуации, на что он должен воздействовать, какой вид эффекта он был призван достигнуть. В научной литературе выделяют следующие виды эффектов: научно-технический; организационно-технологический; социальный; экономический; экологический; интегральный.

Говоря об экономическом эффекте и оценивая экономическую эффективность, приведем определенные общепринятые в научной литературе методики. Традиционные методы оценки экономической эффективности можно разделить на три группы [3]:

1. Специальные методы: теория оценки опционов (ОПТ);экономическая добавленная стоимость (EVA);модель Эдвардса-Белла-Ольсона (оценка чистых активов и добавленной экономической прибыли);метод венчурного капитала; индексы предпочтительности.

2. Статические методы, не учитывающие фактор времени: чистый доход в результате реализации проекта; среднегодовая прибыль; простая норма прибыли или рентабельность инвестиций; простой срок окупаемости.

3. Динамические методы, учитывающие фактор времени с применением метода дисконтирования: чистый дисконтированный доход(чистая текущая стоимость); индекс доходности дисконтированных инвестиций; дисконтированный срок окупаемости.

Мы полагаем, что проблеме оценки эффективности инновационной и инвестиционной деятельности в целом, а также инновационно-инвестиционных драйверов экономического развития, должно уделяться больше внимания. Методики оценки должны совершенствоваться, учитывая современные реалии, а также экономические и технологические вызовы. При этом, рассматривая проблемы экономического развития систем мезоуровня и производя анализ и поиск драйверов, импульсов или источников роста инновационно-инвестиционного генеза, воздействующих на эти системы, необходимо отметить неоднородность и неравномерность

инновационного развития и инвестиционного благополучия или предпосылок к таковому среди российских регионов.

Согласно статистическим данным, отечественный инновационный сектор отличается размещением инновационного производства в основном в регионах. Около 70% инновационной продукции производится приблизительно в 15 российских инновационно активных регионах. На остальные регионы совокупно приходится около 5% производимой инновационной продукции [4].

Подводя итог, отметим, что важнейшим фактором успеха экономического развития на современном этапе является выстраивание эффективных взаимоотношений между ключевыми участниками инновационного процесса – государством, бизнесом, промышленностью и научно-исследовательским и образовательным сектором. Необходимо «запускать» инновационно-инвестиционные драйверы экономического развития экономики нового типа, развивать высокотехнологичный сектор экономики, поддерживая наукоемкое производство, развивать человеческий капитал, что в совокупности является важнейшими факторами инновационного и инвестиционного развития и социально-экономического благополучия страны в целом.

#### **Список литературы:**

1. Геращенко Т.М. О факторах обеспечения эффективности инновационно-инвестиционных процессов // Вестник Новгородского государственного университета. 2014. № 76. С. 77-82.
2. Дорошенко Ю.А., Глаголев С.Н., Малыхина И.О. Конвергенция научных подходов к формированию и развитию инновационно-инвестиционных источников экономического роста // Актуальные проблемы экономического развития: сб. докл. IX Междунар. заочной науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2018. - С. 168-174.
3. Елохова И.В., Малинина С.Е. Современные проблемы оценки экономической эффективности инновационных проектов // Вестник Пермского университета. 2014. № 3 (22). С. 74-81.
4. Карачаровский В.В. Об эффекте инновационной деятельности в российской экономике на макро- и мезоуровне // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2012. № 6. С. 18-35.
5. Кормишкин Е. Д., Саушева О. С. Инновационная безопасность как условие эффективного функционирования региональной инновационной системы // Регион. Экономика: теория и практика. - 2013. - № 34 (313). - С. 2-8.

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОПЕРАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Минаева Л.А., канд. экон. наук, доцент**  
*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г.Шухова*

**Аннотация.** Рассматривается сущность операционного управления предприятием на современном этапе развития экономики. Показана важность российских разработок А.К.Гастева и др. Выявлены проблемы, препятствующие эффективному операционному управлению.

**Ключевые слова.** Управление производственными процессами, операционное управление, процессно-ориентированный подход в операционном управлении

В сложных экономических условиях перед российскими предприятиями стоит проблема максимально эффективно осуществлять свою деятельность на основе постоянного увеличения ценности выпускаемой продукции (услуг) и снижения затрат с тем, чтобы поддерживать или улучшать свои конкурентные позиции. Динамичное изменение условий хозяйствования, высокая степень неопределенности этих изменений вынуждают особое внимание уделять операционной деятельности предприятия.

В современных условиях хозяйствования управление производственными процессами имеют важное, но недостаточное значение. Все больше предприятий совмещают производство с услугами, т.к. растет необходимость удовлетворения не только потребностей реальных покупателей, но и предусматривать их потребности и возможности потенциальные. Информационные технологии также вносят свои коррективы по причине все большего их использования в производственных процессах. Немаловажное значение имеет и зависимость современных предприятий от нематериальных ресурсов[1].

Зачастую операционное управление отождествляют с производственными процессами, однако это его трактовка шире – оно захватывает всю деятельность предприятия, т.е. как основные, так и обеспечивающие бизнес- процессы. Операционное управление предприятием – это деятельность, направленная на разработку, использование и усовершенствование бизнес-процессов по производству основных видов продукции и услуг. Основой

эффективного операционного управления лежит эффективность и рациональность организации управления операциями, которые представляют собой вид деятельности по переработке ресурсов в продукцию или услуги. Операции подразделяются на:

- производство (превращение физических материалов в продукты для продажи);
- поставки (связана с переменной прав собственности);
- транспортировку (перемещение грузов без физических преобразований с одного места в другое);
- сервис (изменение состояния покупателя - физического или интеллектуального).

Зачастую все эти виды деятельности сочетаемы, что предполагает их рассмотрение во взаимодействии и взаимозависимости.

В большинстве литературных источников указывается, что как полноценное научное направление операционное управление обязано Фредерику Тейлору и Анри Файолю. Именно ими были разработаны ключевые концепции операционного менеджмента, которые на практике в 1913г. применили на заводах Г.Форда.

Однако в недостаточной степени представлены российские достижения в области операционного управления и научной организации труда (НОТ) в 1860-1870гг. Именно в это время в Московском высшем техническом училище «были разработаны и внедрены рациональные методы обучения разным профессиям по металлообработке. По признанию печати того времени, США стали первыми применять русскую методику» [2, с.7].

В России теоретическое изучение «рабочих процессов» появилось гораздо раньше, чем в Европе и Америке. По мнению А.К.Гастева, образцом практической реализации и «по методической стройности» эти исследования «оставляют позади работы Джилльбрета» [2, с.7].

С 1970-х годов в операционном управлении стал формироваться процессно-ориентированный подход, обусловленный множеством подходов и инструментов, которые были связаны с анализом, моделированием, реинжинирингом и постоянным совершенствованием бизнес-процессов. Причем особое внимание уделялось не столько эффективности отдельных операций, сколько кросс-функциональному взаимодействию, т.е. взаимосвязи функционирования самой организации с контрагентами.

Для решения вопросов эффективного операционного управления, современные предприятия сталкиваются с рядом проблем.

Во-первых, глобализация рынков, которая выражается не только с глобальным перемещением материальных, финансовых ресурсов, но и интеллектуальных. Вырастает ответственность операционных менеджеров за инновации, генерирующие и продвигающие идеи, подводящие к реализации продукции настолько быстро, насколько это возможно.

Во-вторых, возрастающая роль производственных стратегий, которые соотносятся с корпоративной стратегией.

В-третьих, с ужесточением конкурентной борьбы практически на всех рынках, растет необходимость в реализации тотального управления качеством продукции и услуг.

В-четвертых, четкое планирование запасов сырья и готовой продукции, т.к. их избыток приводит к значительным финансовым затратам и снижению прибыльности предприятий.

В-пятых, необходимость построения долгосрочных отношений с поставщиками сырья и материалов. Как правило, в случае непродолжительного жизненного цикла продукции и изменения в ходе ее производства количества-качества исходного сырья, а также изменений в технологическом процессе, зависимость от поставщиков достаточно велика, что требует от операционного менеджера проведения гибкой политики.

В-шестых, активизация выпуска высокочувствительных (быстрых) товаров меняет жизненный цикл продукции, что вынуждает оперативно реагировать на изменения потребностей покупателей. Следовательно, дополнительный импульс производству придает разработка и внедрение новых технологий, новых материалов, новых методов операционного управления.

В-седьмых, в связи с необходимостью быстрого реагирования на изменение спроса, наличие гибкости и скорости в производстве предполагают изменения в ассортименте и дизайне продукции. Появившаяся в последнее время концепция «подвижного» производства включает создание «виртуальных» предприятий, которые на необходимое время объединяются для выполнения тех функций, которые у них получаются лучше всего. Например, одно предприятие проектирует проектирует продукцию, другое – производит, третье обеспечивает логистическую цепочку.

В-восьмых, индивидуализация в производстве, что выражается в достаточном очевидном различии рынков. Причем, особенности мировых культурных ценностей вынуждают операционных менеджеров

оперативно реагировать на индивидуальные запросы потребителей, иметь обратную связь с ними.

В-девятых, растут требования к квалификации операционных менеджеров в связи с увеличением уровня образованности служащих и работников, компьютеризацией производства и технологической оснащенности. В операционном управлении эта сложность может быть преодолена с помощью делегирования полномочий индивидуальному работнику.

В-десятых, ужесточается контроль за окружающей средой, переработкой отходов, что накладывает на операционное управление дополнительные функции[3].

Эффективность операционного управления зависит от рациональности разработанной стратегии предприятия, т.к. все бизнес-процессы должны быть подчинены главной цели – получения тех или иных конкурентных преимуществ. Зачастую, операционное управление рассредоточено по различным структурным подразделениям предприятия. Тем не менее, для успешности функционирования предприятия, необходимо не только оптимизировать частные бизнес-процессы, но и построить систему «пронизывающих» насквозь нескольких наиболее важных бизнес-процессов или подразделений. В этом случае операционное управление выступает как инструмент эффективности деятельности предприятия, т.к. обеспечивает оптимальность каждой операции и интеграцию каждого работника в процесс постоянного совершенствования деятельности.

Навыками операционного управления должны обладать все руководители подразделений предприятия для того, чтобы не только исполнение операций внутри подразделений было эффективным, но и взаимодействие с другими подразделениями было успешным. Причем это касается как основных и вспомогательных бизнес-процессов, но и проектных решений и поручений.

Зачастую инициатива по применению операционных инструментов принадлежит высшему руководству в случае адаптационных изменений к рыночным условиям. Для повышения операционной эффективности внедрения проектов тогда становится процессный офис, цели которого – моделирование и сопровождение ключевых бизнес-процессов, применение различных методов и способов анализа их эффективности. Руководитель процессного офиса должен досконально понимать суть бизнес-процессов и осуществлять управление ключевыми функциональными подразделениями предприятия.

На предприятиях с высоким уровнем автоматизации и информатизации должность процессного управляющего может принадлежать ИТ-Директору для которого важнейшим направлением деятельности становится дальнейшее повышение уровня оцифровки бизнес-процессов в финансовой сфере.

В связи с тем, что многие российские предприятия находятся в состоянии стагнации или спада, роль операционного управления усиливается. Знания и опыт операционного управленца позволяет сосредоточить внимание на создании и производстве продукции с минимальными затратами по возможности в короткие сроки и с необходимым уровнем качества.

Широкое распространение среди внедряемых проектов и технологий на производственных предприятиях получили LeanSixSigma –технологии. В банковской и страховой сферах успешно внедряются проекты по анализу и оптимизации бизнес-процессов. Практически во всех отраслях высшее руководство озадачено повышением операционной эффективности на основе внедрения современных технологий операционного управления.

Снижать затраты позволяет внедрение технологий цифровой трансформации, при реализации которых участие рядовых исполнителей сводится к минимуму. Применяются такие технологии, как ProcessAutomation, Robotic, Искусственный интеллект, которые позволяют реальную ситуацию в бизнесе дополнять виртуальной. Все это способствует снижению затрат на предприятии, разрабатывать на нем масштабируемые бизнес-модели и бизнес-процессы, которые в свою очередь способны реализовываться не только в стране, но и на глобальных рынках.

Реальностью современных глобальных процессов стало появление и успешное функционирование интернет-предприятий. В рамках их деятельности не только поиск клиентов, но и наем исполнителей бизнес-процессов, автоматизация основных и вспомогательных бизнес-процессов, привлечение покупателей и поставщиков.

Современное операционное управление активно использует возможности социальных сетей, краудсорсинга, фрилансеров, инновационных разработок. Отсутствие организационных границ, распространение по всему миру бизнес-процессов позволяет использовать на таких предприятиях не только своих штатных сотрудников, но и фрилансеров, интернет-сервисы, которые способны осуществлять рутинную работу с помощью технологий искусственного интеллекта.

### Список литературы:

1. Джоголик А. Современное производство. Структура современного производства. Проблемы современного производства - <http://fb.ru/article/170402/sovremennoe-proizvodstvo-struktura-sovremennogo-proizvodstva-problemyi-sovremennogo-proizvodstva>
2. Керженцев П.М. Принципы организации -/ П.М.Керженцев. М. Экономика. – 1968. - 464с.
3. Новые тенденции в операционном менеджменте 02.04.2015<http://bookaa.ru/operatsionnyy-menedzhment/novyyj-tendencii-v-operacionnom-menedzhmente.html>

## РОЛЬ КОМПЕТЕНЦИЙ В ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

**Минаева Л.А., канд. экон. наук, доцент,**

**Акимова Г.З., канд. экон. наук, доцент**

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г.Шухова*

**Аннотация.** В статье рассматривается специфический подход к пониманию сущности компетенций, как основы конкурентных преимуществ организаций. Показана суть материальных и нематериальных компетенций, организационных и технологических, органических и неорганических компетенций.

**Ключевые слова.** Ресурсы организации, организационные, управленческие, технологические и научно-технические компетенции

В соответствии с теорией фирмы, базирующейся на внутренних ресурсах, деятельность организации ориентируется не только на конкурентную среду и внешнее позиционирование, но и на выбранные и используемые ресурсы для удовлетворения потребностей покупателей на рынке. Данная теория, предложенная Э.Пенроузом и в последствии нашедшая свое развитие в трудах Б.Вернерфельта, Р.Румельта, Дж.Барни, Дж.Колииса и др. не нашла своего практического применения. Ситуацию изменил труд К.Прахалада и Г.Хэмилла, в основе которого утверждение, что создать настоящее конкурентное преимущество может только сочетание уникальных ключевых компетенций.

К.Прахаладом и Г.Хэмиллом было предложено разрабатывать стратегии не на основе бизнес-единиц (СБЕ), а на основе компетенций. Термин «компетенция» ими рассматривался как некое расширенное понятие ресурса. Организация, объединяя источники ресурсов и активов, используя их в производственно-хозяйственной деятельности, координирует и интегрирует их в определенную продукцию. Компетенция – это способность организации координировать и интегрировать ресурсы в товары и услуги.

Специфические (основные) комплексы потенциальных возможностей и активов, позволяющих организации иметь потенциально значимое и устойчивое конкурентное преимущество имеют свои особенности. Основными компетенции могут быть в случае удовлетворения трем критериям:

1) при приобретении товара(услуги) покупатель имеет реальные выгоды;

2) сложность их имитации;

3) доступ к множеству рынков.

Другими словами, уникальность различных сочетаний компетенций достигается в процессе разработки, производства и предложения продукции (услуги) на рынке.

Есть точка зрения, что компетенции следует делить на две категории: подразумеваемые и ясно формулируемые. Например, организационное обучение и технология может не быть выражено словами, однако они встраиваются в операционные процессы. В противовес этому, Г.фон Грог и Дж. Рус утверждают, что знания (и в более широком понимании – компетенция) передаются, осознаются и оцениваются только в процессе взаимодействия.

Ряд авторов делят компетенции на материальные и нематериальные. К материальным относят: оборудование, строения, товары и т.д., к нематериальным – имидж, торговая марка и т.д. Причем, данные виды компетенций являются основой компетенций организации, тогда, как такие неосознаваемые факторы, как организационная культура играют роль дополнительных компонентов[1, с.282].

При анализе деятельности организации, как правило, выделяют четыре вида компетенций: организационные, управленческие, технологические и научно-технические.

Организационные компетенции включают комбинацию компетенций персонала с управленческими решениями, позволяющими организации достигать поставленных целей. Примерами могут служить: освоение и оперативное производство нового продукта (услуги); снижение издержек в операционной деятельности; учет потребностей покупателей при выводе на рынок новой продукции и т.д. В основе организационных компетенций, как правило, лежат технические возможности, опыт в маркетинговой деятельности, научно-техническая подготовленность персонала и пр.

Организационные компетенции имеют долгосрочный характер, тем не менее, в операционном управлении они выполняют важнейшую роль, т.к. связаны с преобразованием ресурсов в готовую продукцию и удовлетворением общественных потребностей [2].

Создание управленческих компетенций связано с определением различий в имеющихся компетенциях и компетенциях, необходимых для дальнейшего развития организации. Причем, ценность управленческих компетенций зависит не только в их наличии, а в том,

насколько они способствуют достижению целей организации, т.е. в их результативности. Управленческие компетенции, как правило, касаются решений управленческих проблем в производственной деятельности и определения оперативных действий, оперативному анализу информации, преодоления противодействия отдельных групп работников и т.д. Поиск новых управленческих компетенций связан с возможностями применения специальных инструментов и взаимодействия с сообществами экспертов.

Организации, которые имеют в своем арсенале технологические компетенции, характеризуются своей направленностью на прорывные технологии. Как правило, такие организации имеют собственную научно-техническую базу, вкладывают достаточный объем инвестиций в исследования, разработку инновационных технологий и продуктов. Причем, операционная деятельность таких организаций включает наличие как радикальных, так и инкрементальных инноваций, что расширяет спектр технологических компетенций. Организации сами определяют свои основные компетенции, принимают решения о развитии и поддержке отдельных из них. Процесс аккумулирования знаний и опыта предполагает не только выявления необходимой внешней научной информации, но и значительные расходы на собственные научно-исследовательские разработки и усложнение операционной деятельности.

Научно-технические компетенции появляются в рамках специальных знаний и умений и связаны с созданием технологических инноваций. «Технические компетенции – это специальные (профессиональные) знания, умения и навыки, которые необходимы для эффективного выполнения сотрудниками своих должностных обязанностей в части разработки и НИОКР» [2]. Принятие решений о необходимом наборе основных компетенций сопряжено с применением четкого и строгого инструментария. В качестве одного из инструментов применяют матрицу инновационных компетенций: органических и неорганических. Каждая из этих категорий требует своих критериев принятия решений. Сравнительная характеристика органических и неорганических компетенций приведена в табл.

Организациям необходимо разделять органические и неорганические компетенции, т.к. это позволит выбирать наиболее действенный способ их поддержки. Способы поддержки компетенций различны для каждой организации, т.к. они должны учитывать не только краткосрочные финансовые приоритеты, но и стратегическое развитие организации.

Поиск и реализация основных компетенция в операционной деятельности проводится в несколько этапов. Определение основных компетенций организации связано с выявлением новых производственных возможностей, поиском и внедрением новых инновационных технологических и управленческих решений, привлечением персонала с надлежащими навыками, расширением целевого рынка.

Этап разработки основных компетенций предполагает формализацию целей организации. Основные компетенции анализируются в их связи с внешней и внутренней средой, формируется система показателей достижения стратегических целей организации. На основе системы показателей проводится детализация стратегических целей до уровня операционной деятельности.

Таблица - Сравнительная характеристика органических и неорганических компетенций[2].

| Критерии                             | Органические                                 | Неорганические  |
|--------------------------------------|--|---|
| Компетенции                          | Развитие текущих основных компетенций        | Развитие и приобретение новых компетенций   |
| Источник                             | Сама организация                             | Вместе с внутренними компетенциями активно привлекаются компетенции с рынка   |
| Сроки окупаемости развития           | Краткие                                      | Средне- и долгосрочные перспективы окупаемости  |
| Критерии принятия решения о развитии | Жесткие финансовые критерии принятия решений | Вместе с финансами, определяющую роль играют рыночные перспективы в средне-долгосрочном периоде и существующие технологические тренды |

На последующем этапе основные компетенции «углубляются» с помощью выделения взаимосвязей между целями и показателями, обратной связи с возможностями реализации операционной стратегии.

Моделирование показателей операционной стратегии соотносится с целями стратегии развития организации.

Наиболее важным этапом внедрения основных компетенций является установка барьеров, которые предназначены для защиты от имитирования компетенций со стороны конкурентов.

Для оценки основных компетенций используются методы, в большей степени соответствующие специфике компетенций (базовых или динамичных) [3].

Управление операционной деятельностью организации на основе выявления и поддержания основных компетенций дает возможность:

- консолидировать производственный опыт и навык для поддержания конкурентного преимущества. Конкурентное преимущество заключено не в продукции, а в основных компетенциях;
- улучшать всю операционную деятельность, т.к. основные компетенции заложены, как правило, не только при производстве и реализации одного продукта, а оказывают влияние на все операционные процессы;
- определить «карту будущего», т.к. выявление и поддержание основных компетенций организации зависит от ее стратегических целей.

#### **Список литературы:**

1. Хэмел Г. Стратегическая гибкость /Г.Хэмел, К.Прахалад, Г.Томас, Д.О Нил / Пер. с англ. – Спб.:Питер, 2005. – 384с. - 282
2. Каширин А.И. Развитие и управление ключевыми компетенциями в корпорации: мировой опыт / А.И.Каширин, А.С.Семенов, В.В.Стреналюк, А.А.Островская, Т.В.Кокуйцева// Международно научно-исследовательский журнал [Электронный ресурс] <https://research-journal.org/economical/razvitie-i-upravlenie-klyuchevymi-kompetenciayami-v-korporacii-mirovoj-opyt/>
3. Белякова Г.Я. Ключевые компетенции как основа устойчивого конкурентного преимущества предприятия /Г.Я.Белякова, Е.В.Сумина [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/klyuchevye-kompetentsii-kak-osnova-ustoychivogo-konkurentnogo-preimuschestva-predpriyatiya>

## **РЕЗЕРВЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Мясоедов Р.А., ст. преподаватель,  
Яремчук А.В., студентка**

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** Рост производительности труда является одним из ведущих факторов повышения эффективности производства. Рост производительности труда обеспечивает предприятиям устойчивое развитие и благоприятные перспективы, что в дальнейшем ведет к повышению уровня жизни населения. В данной статье проанализированы и обобщены теоретические аспекты производительности труда как одной из экономических категорий и рассмотрены основные резервы и пути повышения эффективности производительности труда в России.

**Ключевые слова:** производительность труда, резервы, развитие, эффективность труда.

Производительность труда считается одним из главных показателей, отражающих эффективность работы предприятия. В.М. Маслов дал краткое, но точное определение данному термину: «Производительность труда – это показатель, характеризующий результативность труда и отдачу каждой единицы используемого его ресурса».

Благодаря показателю производительности труда измеряют эффективность труда. В свою очередь, производительность труда определяется как показатель продуктивности целесообразной деятельности работников, измеряющаяся количеством работы сделанной в единицу времени [3].

Резервы повышения производительности труда дают возможность более полного и эффективного использования производительной силы труда, всех факторов повышения его производительности за счет модернизации техники и технологий, улучшения организации производства, труда и управления. Под резервами роста производительности труда на предприятии подразумеваются еще неиспользуемые реальные возможности экономии трудовых ресурсов.

Исследуя резервы роста производительности труда, можно объединить их в следующие группы (рис.1):

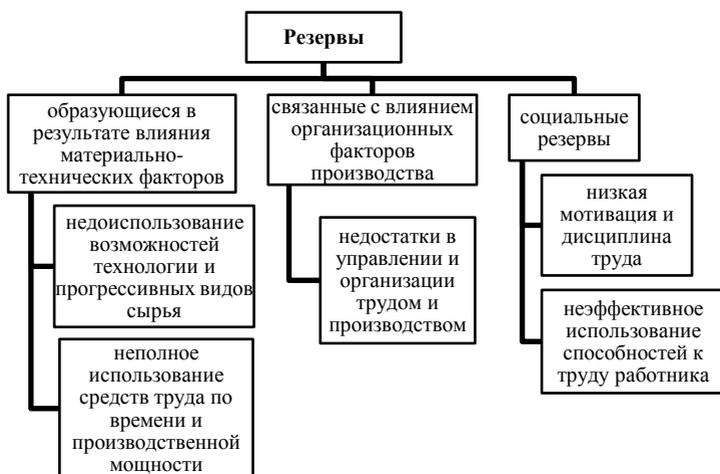


Рисунок 1 - Классификация резервов повышения производительности труда

Также, резервы повышения производительности труда могут существовать как в форме запасов, так и в форме потерь. Например, к резервам, существующих в форме запасов, безусловно, можно отнести повышение квалификации работников, возможности технического перевооружения, совершенствование разделения и кооперации труда, улучшение обслуживания рабочих мест. Данную группу резервов можно использовать только при наличии необходимости и соответствующих финансовых ресурсов. В свою очередь, к резервам в форме потерь можно отнести сокращение потерь рабочего времени работников, брака, сверхнормативного расходования сырья, материалов и энергии. Для задействования таких резервов, прежде всего, необходимо выявить причины этих потерь и разработать необходимые мероприятия по их снижению в дальнейшем [3].

Одной из наиболее актуальных проблем современной экономики считается повышение производительности труда. Ее уровень во многом определяет темпы экономического роста, благосостояние общества, доступность товаров и услуг. По данным различных исследований, российские предприятия катастрофически отстают по этому показателю от европейских, японских и американских компаний.

Рассмотрим и проанализируем показатели уровня производительности труда в России по основным отраслям экономики в период с 2014 по 2017 год (табл.1).

Таблица 1 - Индекс производительности труда по России и основным отраслям экономики РФ, %

| Название отрасли   | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|--|-------|-------|-------|-------|
| В целом по экономике   | 100,7 | 97,8  | 99,7  | 101,5 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство   | 103,3 | 100,4 | 103,5 | 103,8 |
| Рыболовство, рыбоводство   | 96,1  | 99,5  | 95,6  | 99,8  |
| Добыча полезных ископаемых   | 102,8 | 98,4  | 100,3 | 100,4 |
| Обрабатывающие производства  | 102,5 | 96,9  | 99,3  | 99,7  |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды   | 100,2 | 99,9  | 100,5 | 102,2 |
| Строительство  | 98,4  | 101,0 | 99,9  | 98,8  |
| Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования | 98,7  | 91,5  | 94,4  | 101,5 |
| Гостиницы и рестораны  | 99,8  | 94,1  | 94,3  | 101,7 |
| Транспорт и связь  | 100,4 | 99,4  | 99,0  | 100,8 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг  | 98,6  | 97,2  | 100,2 | 99,6  |

Согласно данным Росстата, динамика производительности труда характеризуется неравномерностью изменений в рассматриваемом периоде. В соответствии с данными, приведенными в таблице, можно увидеть, что производительность труда в России в 2017 году увеличилась на 1%. Таким образом, эффективность труда начинает свой рост по сравнению с 2015 годом, когда снижение производительности труда составило 2,9%.. В 2019 г., по расчетам Минэкономразвития, производительность должна ускориться, так как наблюдается хороший тренд роста производительности труда в торгуемых частных секторах, в обрабатывающей промышленности труда и в сельском хозяйстве [4].

Для повышения производительности труда на производстве важны сплоченные действия как бизнеса, так и государства. Приведем некоторые предложения по повышению производительности труда на предприятиях со стороны государства и бизнеса (табл.2).

Таблица 2 - Действия государства и бизнеса по повышению производительности труда

| Действия государства   | Действия бизнеса  |
|--|---|
| <p>Стимулирование роста конкуренции при помощи устранения административных барьеров. Внедрение комплексного подхода к развитию территорий. Реализация мер по поддержанию численности трудоспособного населения. Повышение уровня развития финансовой системы. Модернизация системы профессионального образования и переподготовки.</p> | <p>Внедрение «системы бережливого производства (ЛИН-системы)», для реализации которой предприятие должно внедрить у себя систему упорядоченного управления с четкой сортировкой документации, систему стандартизации производственных операций, систему подачи и рассмотрения предложений и т.д. Внедрение системы «эффективного контракта» - это трудовые контракты, в которых четко прописаны конкретные показатели, критерии оценки их достижения и эффективности, а также виды стимулирующих выплат.</p>  |
| <p>Реиндустриализация российской экономики на новой технологической основе, предполагающая существенное расширение инвестиций и технологическую модернизацию промышленности, опирающуюся на значительную активизацию отечественных исследований и разработок, расширение на этой основе подготовки квалифицированных кадров.</p>       | <p>Использование успешно применяемых в мировой практике инструментов ведения бизнеса: workforce management и talent management. Workforce management - на практике означает, что мы всегда знаем о том, на каком месте наш человек и что он будет делать дальше. Talent management — это автоматизированная система управления развитием сотрудника в организации, предполагающая совершенствование форм разделения труда, улучшение организации рабочих мест, рационализацию методов труда, оптимизацию нормирования труда, подготовка рабочих кадров.</p> |

Если рассматривать современные программы по повышению производительности труда в России, то важно отметить тот факт, что еще в 2012 году Указом Президента РФ была официально поставлена задача по повышению производительности труда в 1,5 раза до 2018 года и обеспечению создания и модернизации 25 млн. высокопроизводительных рабочих мест к 2020 году. В 2014 году был успешно принят план мероприятий по обеспечению повышения производительности труда и определена задача повышения производительности труда не менее 5% ежегодно. Также, стоит отметить, что 30 августа 2017 года была утверждена приоритетная программа «Повышение производительности труда и поддержка занятости», охватывающая период с сентября 2017 года по декабрь 2025 года. Цель этой программы - реализация региональных программ повышения производительности труда и поддержки занятости, которые

позволят повысить этот показатель на предприятиях-участниках не менее чем на 30%. Уже к 2020 году Федеральный центр компетенций должен разработать пакет типовых решений в сфере производительности труда не менее чем по пяти отраслям и трём функциям, включая логистику, сбыт, маркетинг, закупки и производство. Предполагается, что основным источником роста производительности станут инвестиции в основной капитал, которые приведут к развитию производства. Данная приоритетная программа правительства направлена на организационный компонент производительности труда, так как именно он обеспечивает эффективность использования труда и оптимизацию численности занятых [1].

Производительность является крайне важным показателем, определяющим конкурентоспособность как отдельного предприятия, так и экономики страны в целом. Именно поэтому задача ее повышения не должна оставаться исключительно в ведении руководителей предприятий и ограничиваться отдельными эпизодическими мероприятиями. Государство должно взять на себя задачи стимулирования производительности, помощи во внедрении лучших практик и инновационных разработок, модернизации основных фондов предприятий и организации эффективной системы профессионального обучения. Так производители получают поддержку со стороны государства, а государство – реальный рост производительности и повышение конкурентоспособности экономики на мировом рынке.

#### **Список литературы:**

1. Паспорт приоритетной программы "Повышение производительности труда и поддержка занятости» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам (протокол от 30 августа 2017 г. № 9)).
2. Богатырева И.В., Кожухова Н.В., Железникова Е.П. Анализ современного состояния производительности труда в России // Экономика труда. 2018. Том 5. № 3. С. 683-698.
3. Рудычев, А.А. Экономика отрасли (строительство): учебное пособие. Белгород: Изд-во БГТУ, 2013. 174 с.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 23.02.2019).
5. Ярмоленко Л. И., Демура Н. А., Повышение производительности труда - важнейший резерв развития экономики // Актуальные проблемы экономического развития. VII международная научно-практическая конференция. Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. С. 297-301.

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИБЫЛИ

**Мясоедов Р.А., ст. преподаватель,  
Скачкова Ю.В., студент**

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** Прибыль, самая известная с давних времен категория, взявшая новое содержание в сегодняшних условиях экономического становления страны. Большая часть малых и крупных предприятий нацелены на извлечение максимальной прибыли от своей деятельности, т. к. прибыль, являясь основной движущей силой рыночной экономики, может удовлетворять интересы собственников организации, персонала и государства. Поэтому, руководители и финансовые распорядители определяют надобность постоянного улучшения методов, приводящих к наиболее эффективному управлению формированием и распределением прибыли в процессе хозяйственной деятельности. Для увеличения прибыли необходимо постоянно повышать эффективность производства.

**Ключевые слова:** повышение доходности, прибыль, эффективность, распределение и использование.

Существуют различные направления повышения эффективности производства и увеличения прибыли:

- ресурсосбережение и модернизация оборудования;
- повышение производительности труда путем роста творческой инициативы, стимулирование и мотивация работников, грамотная кадровая политика;
- привлечение максимального и достаточно необходимого объема инвестиций, их экономное и рациональное использование;
- повышение качества продукции и как следствие увеличение объема продаж;
- эффективность управленческого фактора (исследований, разработок и политики фирмы);
- страхование имущественных, предпринимательских и финансовых рисков;
- научно-технический прогресс – при внедрении новых технологий на предприятии снизятся затраты на производство единицы товара и через экономию возрастет прибыль и эффективность.

Существуют следующие два пути воздействия (увеличения, уменьшения) на прибыль предприятия: одним из которых является снижение себестоимости продукции; второй путь - это увеличение выручки, т.е. объема продаж.

Себестоимость продукции является качественным показателем, который дает характеристику работоспособности предприятия, а так же уровень использования ресурсов на производство продукции, находящихся в распоряжении организации.

Наиболее существенного снижения себестоимости продукции на предприятии можно достичь с помощью разработки и реализации комплексной программы снижения издержек, которая будет постоянно действующей, и корректироваться при изменении обстоятельств [2, с.81].

Ещё один путь уменьшения себестоимости - это снижение трудоемкости и рост производительности труда. Этого можно достичь разнообразными способами. Наиболее значимые - механизация и автоматизация производства, применение прогрессивных технологий, т.е. интенсификация производства. Снижение себестоимости продукции также позволяет уменьшить производственные затраты.

Увеличение объёма продаж и выручки предприятия может осуществляться за счет следующих факторов:

- гибкое производство, предполагающее расширение объема и ассортимента продукции;
- соблюдение заключенных договоров;
- оптимизация цен и ценообразования;
- повышение качества продукции, работ, услуг;
- периодический пересмотр политики коммерческого кредитования;
- улучшение технического состояния основных средств предприятия;
- экономное расходование материальных ресурсов;
- применение энергосберегающих технологий, устранение нерациональных затрат, материальных ресурсов, сокращение брака;
- повышение уровня квалификации персонала.

Процесс управления прибылью должен выполняться в соответствии с определенными принципами, соответствующими предъявляемым рыночной экономикой требованиям.

Формирование прибыли на предприятии является первоначальным и основным этапом в общем процессе управления прибылью,

определяющем последующие действия финансового менеджера относительно ее распределения и использования.

На первом этапе процесса управления формированием прибыли финансовый менеджер должен провести анализ динамики и структуры получаемых доходов и осуществляемых расходов. Анализ поступлений и платежей осуществляется на основании формы № 2 «Отчет о финансовых результатах» и проводится по всем трем видам деятельности, осуществляемым предприятием: операционной, инвестиционной и финансовой.

На втором этапе управленец должен произвести прогноз и планирование по трем видам деятельности. Планирование в операционной деятельности имеет отношение к определению объемов производства и реализации товаров, работ, услуг на последующий период. Оно должно в первую очередь выполняться с учетом современных реалий товарного рынка. Кроме того важными факторами процесса прогнозирования объема производства являются сведения о состоянии рынка ресурсов, поскольку стоимость ресурсов (производственных, энергетических или трудовых) напрямую сказывается на возможности предприятия производить тот или иной объем продукции. Также необходимо принимать во внимание современное состояние рынка капиталов, поскольку в условиях нехватки собственного капитала предприятия вынуждены прибегать к привлечению заемного. А стоимость заемных ресурсов, направляемых на производство и реализацию, также напрямую отражается на производственных возможностях предприятия.

На третьем этапе происходит организация и регулирование деятельности предприятия. Данный этап предусматривает повышение доходов от всех видов деятельности предприятия. В операционной деятельности подразумевается повышение операционных доходов и максимальное снижение операционных расходов. В инвестиционной — повышение инвестиционных доходов и максимальное снижение инвестиционных затрат при инвестировании в реальные инвестиции. В финансовой деятельности — повышение доходов и максимальное снижение финансовых затрат.

После завершения третьего этапа механизм управления формированием прибыли начинается сначала, т.е. с анализа доходов и поступлений средств, а также понесенных расходов.

Необходимо акцентировать внимание на особенности управления прибылью от всех видов деятельности, поскольку существуют некоторые особенности у каждого вида. Так, в процессе управления

формированием прибыли от операционной деятельности следует обратить внимание на все компоненты и факторы, обеспечивающие формирование чистой прибыли. [3, с. 180]

Разработка единого универсального механизма управления распределением прибыли затрудняется тем, что существующие внешние и внутренние факторы, оказывающие воздействие на осуществление хозяйственной деятельности предприятия, сложно учесть из-за их разнообразности (табл.1). «Внешние факторы рассматриваются как определенные ограничения, которые определяют границу формирования пропорций распределения прибыли. Внутренние факторы осуществляют определяющее влияние на пропорции распределения прибыли, так как позволяют формировать их для конкретных условий и результатов хозяйствования данного предприятия» [1, с.50-52].

Таблица 1 - Система основных факторов, влияющих на распределение прибыли предприятия

| Внешние факторы   | Внутренние факторы   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• правовые ограничения;</li> <li>• налоговая система;</li> <li>• среднерыночная норма прибыли на инвестированный капитал;</li> <li>• альтернативные внешние источники формирования финансовых ресурсов;</li> <li>• темп инфляции;</li> <li>• прозрачность фондового рынка;</li> <li>• стадия конъюнктуры товарного рынка.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• уровень рентабельности деятельности;</li> <li>• инвестиционные возможности реализации высокодоходных проектов;</li> <li>• альтернативные внутренние источники;</li> <li>• формирования финансовых ресурсов;</li> <li>• стадия жизненного цикла предприятия;</li> <li>• уровень рисков осуществляемых операций и видов деятельности;</li> <li>• численность персонала и действующая программа его участия в распределении прибыли;</li> <li>• уровень текущей платежеспособности.</li> </ul> |

Эффективная политика распределения и использования прибыли дает возможность организации финансировать расширенное

воспроизводство и расширять свою деятельность путем создания филиальных сетей или диверсификации продукции. Это достигается за счет использования более дешевых источников финансирования — собственных финансовых ресурсов, созданных главным образом за счет прибыли.

Прибыль является важнейшим экономическим показателем деятельности предприятия, фирмы, частного лица и государства, также она является главной составляющей, из которой складывается часть бюджета государства в виде налога на прибыль.

Следует отметить, что процесс управления распределением и использованием прибыли, как и процесс формирования прибыли, может быть осуществлен с помощью реализации ряда мероприятий:

1) систематический учет всевозможных факторов, оказывающих влияние на распределение прибыли, а также минимизация негативного их влияния на данный процесс;

2) использование положительного финансового результата деятельности предприятия лишь по целевому назначению;

3) непрерывный анализ эффективности использования чистой прибыли и фондов денежных средств, сформированных за счет отчислений из нее;

4) четкая реализация выбранной дивидендной политики [4, с.288].

#### **Список литературы:**

1. Кусый М.Ю. Управление прибылью субъекта хозяйствования / М.Ю. Кусый, А.Р. Науменко // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. — 2015. — № 3 (32). — С. 48-54.
2. Романова, А.Т. Экономика предприятия: Учебное пособие / А.Т. Романова. - М.: Проспект, 2016. - 176 с.
3. Сафронов, Н. А. Экономика организации (предприятия) / Н.А. Сафронов. - М.: Магистр, 2015. - 256 с.
4. Шеина Е. Г., Кошелева В. И. Политика формирования и распределения прибыли на предприятии // Вестник Прикамского социального института. 2017. № 3 (78) С. 89–98.
5. Ярмоленко Л. И., Демура Н. А., Повышение производительности труда - важнейший резерв развития экономики // Актуальные проблемы экономического развития. VII международная научно-практическая конференция. Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. С. 297-301.

## УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Мясоедов Р.А., ст. преподаватель,  
Часовская К.И., студент**

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** В условиях современной экономики каждый экономический субъект преследует несколько конкретных целей. Главной среди них считается извлечение положительного финансового результата, а именно прибыли. Получение её считается неотъемлемым условием функционирования предприятия, ведь ни одно предприятие не сможет функционировать, не получая прибыль, в противном случае деятельность предприятия будет бессмысленна.

**Ключевые слова:** прибыль, чистая прибыль, управление прибылью.

Прибыль имеет многозначное значение. С одной стороны, она представляет собой основной стержень и главную движущую силу рыночной экономики, а также является ключевым побудительным мотивом деятельности предпринимателей. С другой, прибыль является систематическим показателем, отображающим итоги хозяйственной деятельности предприятия, по этой причине данному показателю в рыночной экономике уделяют большое внимание [5].

Современные экономические дисциплины трактуют прибыль, как экономическую категорию товарно-денежных отношений, охватывающую широкий круг общественных отношений, связанных с образованием, распределением и использованием дополнительного продукта [6].

Как важнейший показатель рыночных отношений прибыль выполняет ряд следующих функций:

1. Оценочная функция, она характеризует экономический эффект, полученный в результате хозяйственной деятельности.

2. Стимулирующая функция, которая связана с формированием прибыли и её дальнейшим применением, что дает возможность не только выступать источником потребления и материального поощрения работников, но и создавать доходы государства, банковской системы, страховых компаний и т.д.

3. Распределительная функция прибыли, выражается в том, что она является одним из источников формирования бюджетов различных уровней.

Выделяют три ключевых источника извлечения прибыли. Во-первых, это извлечение прибыли за счет монопольного расположения предприятия согласно выпуску, той или иной продукции либо уникальности продукта. Во-вторых, источник прибыли сопряжен прямо с производственной и предпринимательской деятельностью. И в-третьих, источник связан с инновационной деятельностью фирмы [6].

На изменение величины прибыли оказывают влияние внешние и внутренние факторы, которые представлены на рис 1. При подборе путей повышения прибыли ориентируются в основном на внутренние факторы.

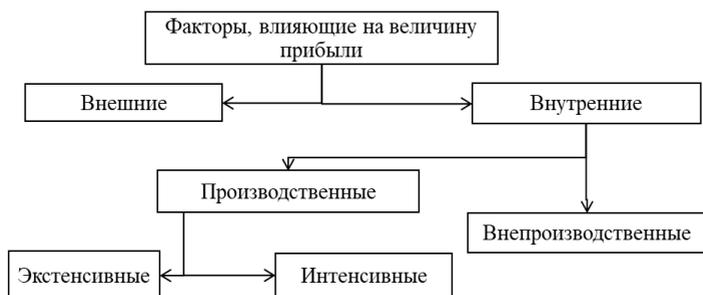


Рисунок 1 - Классификация факторов, влияющих на величину прибыли

Основные принципы распределения прибыли приведены ниже:

1. Часть прибыли, направленная на осуществление финансовых обязательств перед обществом в целом.
2. Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия в следствии уплаты налогов, никак не должна сокращать его интерес в увеличении объемов производства, а также совершенствования результатов производственно-хозяйственной и финансовой деятельности.
3. Прибыль, поступающая в надлежащие государственные бюджеты в виде налогов и сборов, определяемая по ставкам, установленным государственными органами.
4. Прибыль, которая используется на материальное стимулирование работающих, а также на распределение между государством и предприятием [5].

Порядок распределения прибыли на предприятии представлен на рисунке 2.

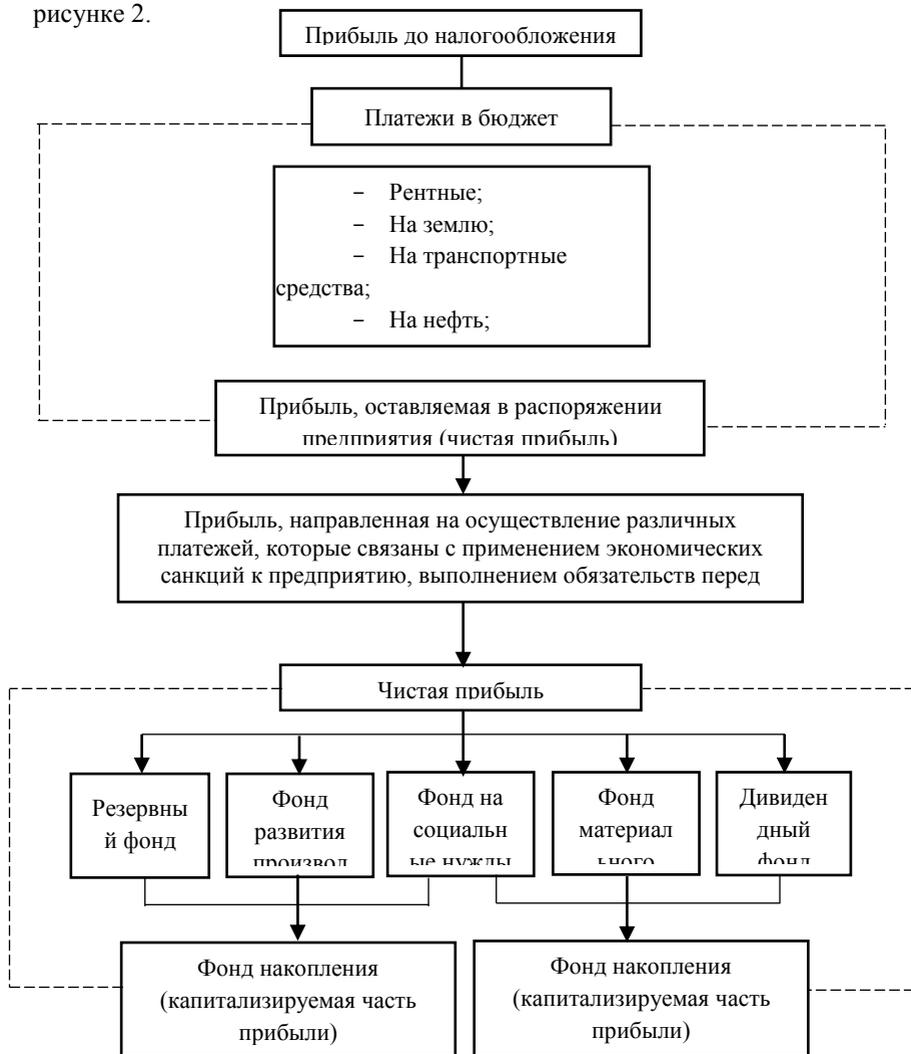


Рисунок 2 - Порядок распределения прибыли предприятия

На предприятии распределению подлежит чистая прибыль. Чистая прибыль – это прибыль предприятия, оставшаяся в распоряжении после

уплаты налогов и других обязательных платежей. Чистая прибыль может направляться:

- на формирование резервного фонда;
- на выплату доходов учредителям;
- на создание фондов целевого назначения.

Способы формирования и распределения прибыли требуют постоянного совершенствования методов управления этими процессами со стороны руководителей и финансовых менеджеров [4].

В трудах отечественных и зарубежных экономистов управление прибылью рассматривается как системный процесс принятия управленческих решений. При этом управление прибылью многими учеными-экономистами рассматривается как целенаправленная деятельность, интегрированная в общую систему управления организацией [2].

Практика отечественного и зарубежного планирования и регулирования прибыли предприятия позволяет сформулировать условия эффективного управления прибылью, а именно:

1. Увеличение прибыли до максимальных показателей, соответствующих ресурсному потенциалу организации и рыночной конъюнктуре;
2. Взаимосвязь системы управления прибылью и системы управления предприятием;
3. Оптимальное соответствие уровня получаемой прибыли и допустимым уровнем риска;
4. Высокое качество прибыли;
5. Достаточный уровень дохода на инвестированный капитал;
6. Формирование оптимального объёма финансовых ресурсов за счёт прибыли в соответствии с задачами развития организации;
7. Постоянный рост рыночной стоимости бизнеса [2].

В условиях рыночной экономики каждое предприятия главной целью своей деятельности считает извлечение прибыли. Прибыль представляет собой один из финансовых итогов деятельности организации и указывает на эффективность её работы, которая достигается, в случае если доходы превышают расходы. В противном случае организация несет убытки. Повышение прибыли характеризует увеличение потенциальных возможностей предприятия, поднимает уровень его деловой активности. Тем не менее прибыль считается не только главной целью деятельности каждой коммерческой организации, но и важной экономической.

### Список литературы:

1. Демура Н.А., Ярмоленко Л.И. Информационное обеспечение, состояние и перспективы экономического развития предприятий строительной индустрии // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №10. С. 186-193.
2. Мантуленко В.В., Керженцева А.А. Управление прибылью предприятия // Инновационная экономика: материалы Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). — Казань: Бук, 2014. — С. 48-50.
3. Мельник М.В. Комплексный экономический анализ: учеб. пособие / М.В. Мельник, А.И. Кривцов, О.В. Горлова. – М.: Изд-во ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014. – 368 с.
4. Руденская И.П. Анализ финансовых результатов / И.П. Руденская, В.И. Скрипка // Аудит и финансовый анализ. — 2005. — № 1. — С.53–55.
5. Рудычев А.А. Экономика отрасли (строительство): учеб. пособие / под общ. ред. И.А. Кузнецовой, Н.А. Демура, Л.И. Ярмоленко. – Б.: Изд-во БГТУ, 2013. – 174 с.
6. Токоева Г.Д. Формирование и распределение финансовых результатов деятельности предприятия в современных условиях // Наука, новые технологии и инновации. - 2013. - №7. - С.136-137.

## ИНФЛЯЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

**Мясоедов Р.А., ст. преподаватель,**

**Явтуховская Н.Д., студент**

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** Инфляция представляет собой достаточно сложное социально - экономическое явление, которое порождает диспропорции в различных сферах рыночного хозяйства. В данной статье проанализированы инфляционные показатели России за последние годы и обобщены теоретические аспекты инфляционных процессов как одной из экономических категорий.

**Ключевые слова:** инфляция, бюджет, дефицит, экономика страны.

Инфляция является одной из наиболее серьезных проблем современной экономики, которая отрицательно влияет на все стороны жизни общества. Данное экономическое явление представляет собой рост среднего уровня цен, который проявляется в обесценивании бумажных денег, что говорит о дисбалансе между совокупным спросом и совокупным предложением в экономике. Отрицательное воздействие инфляции на социально-экономические показатели общественной жизни страны определяет необходимость в непрерывном регулировании её факторов (рис. 1) [1,2].

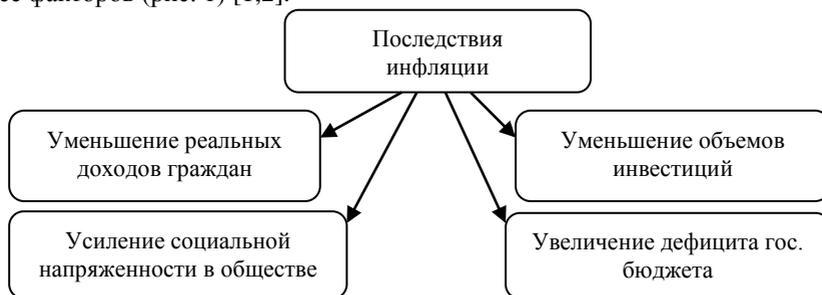


Рисунок 1 - Последствия инфляции

Дж. М. Кейнс писал, что не может быть более хитрого, более верного средства для того, чтобы опрокинуть основу общества, чем расстройство денежного обращения. Ярким примером тому могут послужить инфляционные процессы в России. Планово-распределительная система хозяйствования породила затратный

механизм хозяйствования и нарушение материальной и денежной сбалансированности в народном хозяйстве, следствием чего явилась диспропорция во всех сферах экономики, в частности:

- в распределении национального продукта на фонд накопления и фонд потребления и на базе этого проведения активной инвестиционной политики;

- в производстве средств производства и товаров народного потребления;

- в системе государственного ценообразования;

- в доходах и расходах государственного бюджета;

- в кредитных и финансовых ресурсах.

Экономика России реально столкнулась с инфляционными проблемами в начале 90-х годов при переходе от плановой экономики к рыночной. Отсутствие антиинфляционной программы и ориентация на монетаристские методы регулирования экономических процессов привели к галопирующей инфляции. Помимо этого, напряжение в стране усугублялось расстройством финансовой системы, разногласиями между центром и другими регионами, большими потерями государства из-за спада производства, затрат, связанных с военно-промышленным комплексом.

Рост оптовых и розничных цен в отсутствие конкуренции и государственного регулирования стремительно повышал затраты государства на содержание здравоохранения, армии, культуры, науки и образования. Увеличивался дефицит государственного бюджета, финансируемый за счет централизованных кредитов Банка России, создавая в денежном обороте ничем не обеспеченную массу платежных средств.

Из этого следует, что регулирование уровня инфляции необходимо, прежде всего, для стабильного развития экономики страны, для сглаживания неравномерного роста цен и уровня оплаты труда, а также для снижения имущественного неравенства и сдерживания нерационального перераспределения капиталов и квалифицированных кадров между секторами хозяйства [2,3].

Согласно данным Росстата (рис. 2) показатель уровня инфляции за 2017 год оказался минимальным за всю новейшую историю России и составил 2,5%, то есть гораздо ниже, чем ожидалось российскими аналитиками. В 2016 году показатель уровня инфляции составил 5,4% – рекордный в период до 2017 года (в 2015 году инфляция была равна 12,9%, в 2014 – 11,4%, в 2013 – 6,5%). По официальным данным, инфляция за 2014 впервые оказалась двузначной с 2008 года (13,3%).

Причин для резкого скачка инфляции очень много. К примеру, на начало 2014 года только четверть всей денежной массы российской экономики была в рублях, остальное – в фунтах, евро, долларах и пр. С введением санкций пришел кризис. Отсюда и повышение цен, удорожание импорта. Наравне с этим возрастает и ключевая ставка [4,5].

Что касается 2018 года, то инфляция составила 4,2%. Значение совпало с верхней границей прогноза ЦБ (3,9% - 4,2%), при этом оказалось выше прогноза правительства, заложенного в бюджет на 2018 год (3,4%).

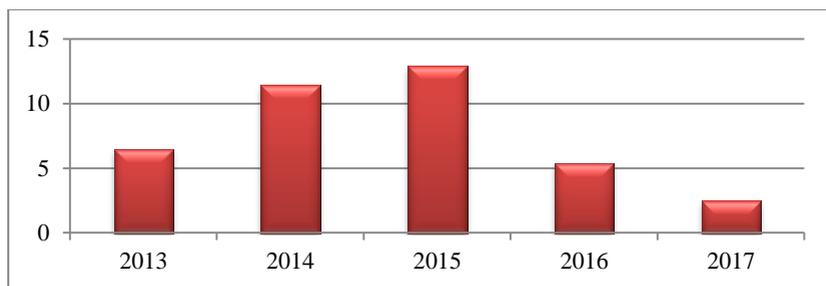


Рисунок 2 - Уровень инфляции в России за 2013-2017 года, %

Рекордно низкая инфляция за 2017 год объясняется умеренно-жесткой денежно-кредитной политикой ЦБ, а также спадом реальных доходов населения. За 11 месяцев 2017 года доходы населения в реальном выражении снизились на 1,4%. В 2016 году доходы снизились на 5,8% в реальном выражении, в 2015 году снижение составило 3,2%, в 2014 году – 0,7% [4].

Казалось бы, медленные темпы роста инфляции являются положительным показателем, поскольку деньги не обесцениваются, и на одну и ту же заработную плату можно приобрести один и тот же набор товаров и услуг. Но многие независимые эксперты в области экономики высказывают опасения о том, что экономика России входит в стадию стагнации, что ведет к более разрушительным последствиям.

### **Список литературы:**

1. Алехин Б.И. Динамика инфляции в России и США // Экономический журнал. 2016. №44. С. 2-30.
2. Кудрин А. Инфляция: российские и мировые тенденции // Вопросы экономики. 2014. №10. С. 26-32.
3. Шевченко М.В., Сиридина С.С. К вопросу о бедности и неравенстве в современной России // Белгородский экономический вестник. 2016. № 4 (84). С. 42-47.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru>
5. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cbr.ru>

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА ТЕРРИТОРИИ ДНР

**Прокопенко А. В., ассистент**  
*Донбасская национальная академия  
строительства и архитектуры*

**Аннотация.** Статья посвящена изучению теоретических основ государственного регулирования экономических процессов на территории Донецкой Народной Республики, как основного фактора, влияющего на развитие и рост экономики и государственности в целом.

**Ключевые слова:** государственное регулирование, экономика, методы государственного регулирования, организационная структура государственного управления.

Учитывая сложившуюся геополитическую ситуацию на территории Донецкого региона, мы стали свидетелями возникновения Донецкой Народной Республики и становления ее государственности. За годы существования молодая республика пережила многое. Негативные факторы в экономике повлекли за собой колоссальные потери многим отраслям хозяйствования. В процессе взаимодействия работников, должностных лиц, органов исполнительной власти и других участников управленческой деятельности возникают определенные отношения, требующие обязательного регулирования со стороны государства.

Научными исследованиями в сфере государственного регулирования процессов экономического развития занимались различные зарубежные и отечественные ученые: Ф. Коттлер, Д. И. Хайдар, С. В. Степаненко, Н.А. Латынин, Г.В. Атаманчук и др.

Так, Филипп Коттлер выделял три основные причины возникновения государственного регулирования:

- законы принимают, чтобы дать определение понятию "недобросовестная конкуренция" и предотвратить ее проявления;
- необходимость защиты потребителей от недобросовестной деловой практики. Некоторые фирмы, оставшись без присмотра, могут начать выпускать плохие товары, лгать в рекламе, вводить в заблуждение посредством упаковки и уровня цен. С недобросовестной практикой по отношению к потребителям борются, используя соответствующие законы, различные государственные учреждения;

- необходимость защиты высших интересов общества от разнузданности предпринимателей. Ведь предпринимательская деятельность не всегда обеспечивает нам лучшее качество жизни[1].

Основоположителем теории государственного управления экономики принято считать Джона Мейнарда Кейнса. А первые упоминания о каких-либо регулирующих методах, исходят из глубокого прошлого, и берут свое начало еще в средневековье. Уже тогда, для поощрения различных видов деятельности, предоставлялись льготы в налогообложении.

В современном экономическом словаре, государственное регулирование экономики – это воздействие государства в лице государственных органов на экономические объекты и процессы и участвующих в них лиц; осуществляется, чтобы придать процессам организованный характер, упорядочить действия экономических субъектов, обеспечить соблюдение законов, государственных и общественных интересов[2].

По мнению ученого Гарвардского университета Д. И. Хайдара, государственное регулирование – это комплекс мер, действий, применяемых государством для коррекций и установления основных экономических процессов[3].

В энциклопедии государственного управления государственное регулирование определяется как совокупность инструментов, с помощью которых государство устанавливает требования предприятиям и гражданам. Оно включает законы, формальные и неформальные распоряжения и вспомогательные правила, которые устанавливаются государством, а так же негосударственными организациями или организациями саморегулирования, которых государство наделило регуляторными полномочиями [4].

По мнению С. В. Степенко, государственное регулирование экономики – это целенаправленная деятельность государства по созданию правовых, экономических и социальных условий, необходимых для наиболее эффективного функционирования рыночного механизма и минимизации его негативных последствий[5].

Определение, данное М.А. Латыниным, звучит так: государственное регулирование – это способ действий субъекта регулирования, который основан на базовых принципах и функциях, обеспечивая с помощью определенных форм, методов и способов эффективное функционирование системы государственного регулирования, для достижения поставленной цели и решения противоречий[6].

Неотъемлемым элементом управленческой деятельности являются функции государственного управления. Г.В. Атаманчук в своих трудах опирается на известное выражение И.В. Гете «функция – это существование, мыслимое нами в действии» и предлагает другое определение: «Функция является, конечно, отношением, с помощью которого одна сторона, в нашем случае – государство, переносит свою сущность на другую – общество. Речь идет именно про общественные функции государства, поскольку государство без взаимодействия с обществом теряет любое значение, а ее общественная сущность познается так же через эти функции»[7].

Специалисты науки управления под понятием «функция» считают основные виды деятельности, которые должны осуществляться управленцами. Функции управления - основа формирования структуры системы, управляющей взаимодействием ее компонентов. Поэтому и функции управления принято считать одной из основных, фундаментальных категорий науки государственного управления[8].

По нашему мнению, государственное регулирование экономики это – функция управления процессами экономики, в лице органов государственной власти, направленная на обеспечение упорядоченности действий всех субъектов экономических отношений с помощью совокупности различных механизмов. Так же мы можем выделить основные цели государства в вопросах государственного регулирования:

- оказание воздействия на активность субъектов хозяйствования;
- формирование благоприятного климата для развития различных сфер и отраслей;
- достижение продуктивной занятости населения;
- защита потребителей и интересов общества;
- обеспечение мощной материальной основы для роста благосостояния населения.

В развитых странах для функционирования механизма государственного регулирования экономики применяются такие методы государственного регулирования как правовые, административные и экономические.

Выделяют следующие общие функции государственного регулирования экономики:

- целевая, которая заключается в определении целей, приоритетов и основных направлений развития экономики;

- стимулирующая, которая предполагает формирование таких рычагов и регуляторов, способных эффективно влиять на деятельность субъектов хозяйствования;
- регламентирующая, способная с помощью нормативно-правовой базы определить правила деятельности для субъектов хозяйствования, сформировать соответствующий правовой пространство;
- корректирующая, которая сводится к внесению определенных изменений в ход реализации экономической политики с целью устранения негативных изменений;
- социальная, которая предусматривает регулирование государством социальных отношений, перераспределение доходов, социальная защита и социальные гарантии;
- контролирующая, которая означает государственный надзор и контроль за выполнением и соблюдением нормативно-правовых актов, норм и стандартов;
- непосредственное управление нерыночным сектором экономики[9].

Для регулирования экономики Донецкой Народной Республики необходимо применение вышеуказанных функций. На сегодняшний день ДНР живет полагаясь на Украинское законодательство, что наносит свой отпечаток и на экономические отношения в Республике. Остро стоит задача выработки механизма эффективного управления, нацеленности на конкретный результат. Все это требует законодательно-нормативной основы, а в первую очередь нужно заняться совершенствованием экономического законодательства. Необходимо разработать такую законодательную базу, которая поможет создать привлекательные условия не только для наших граждан, а и привлечет внешних инвесторов. Сильное и независимое государство станет гарантом успешного развития социальной сферы, медицины, образования, культуры и промышленного комплекса.

Государственное регулирование имеет важнейшее влияние на развитие экономики страны. Любая страна мира принимает активное участие в регулировании экономики. Эффективная система государственного регулирования экономики обеспечивает стремительное развитие основных направлений экономической и социальной деятельности. Государство должно иметь особенную роль в обществе для успешного управления ситуацией.

**Выводы.** Исследования теоретических основ государственного регулирования показывают, что на сегодняшний день, нет однозначного определения данного понятия, что свидетельствует об актуальности

вопроса и необходимости его дальнейшего изучения. Для формирования комплексного подхода обязательными являются исследования знаний ученых и анализ опыта зарубежных стран, которые смогли успешно трансформировать свою экономику и привести государство к высокому уровню развития и процветания. Для достижения высокого уровня развитости государства, в первую очередь, необходимо совершенствование законодательной базы, которая приведет Донецкую Народную Республику к экономической независимости, эффективности и стабильности.

#### **Список литературы:**

1. Ф. Котлер Основы маркетинга Краткий курс пер с англ — М.: Издательский дом "Вильямс", 2007. 656 с.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь//6-е изд., перераб. и доп., М., ИНФРА-М, 2011.
3. Haidar, J.I., Impact of Business Regulatory Reforms on Economic Growth // Journal of the Japanese and International Economies, Elsevier, vol. 26(3), p 285–307, September 2012
4. Енциклопедія державного управління : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України ; наук.-ред. колегія : Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. //К. : НАДУ, 2011. Т. 4 : Галузеве управління / наук.-ред. колегія : М. М. Іжа (співголова), В. Г. Бодров (співголова) та ін. – 2011. 648 с.
5. Основные подходы, направления и инструментарии государственного регулирования экономики Электронный ресурс // Актуальные проблемы государственного управления. 2013. Режим доступа: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/galuz/05lmaseu.pdf>.
6. Латынин Н.А. Теоретические подходы к определению механизма государственного регулирования развития аграрного сектора экономики Украины / Н.А. Латынин. - Режим доступа: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/galuz/05lmaseu.pdf>
7. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления: курс лекцій./Г.В. Атаманчук. – 3-е изд., доп. //М.: ОМЕГА-Л, 2005. 584 с.
8. Радукин В.П. Основы управления: учеб. / Радукин В.П., Ойнер К.Ф., Семяшкин Ф.И. и др. – М.: Высшая школа, 1986. 271 с.
9. Дідківська Л. Державне регулювання економіки : [навчальний посібник] / Л. Дідківська, Л. Головка. – К. : Знання-Прес, 2000. 316 с.

## УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**Пучка О.В., канд. техн. наук, профессор,  
Юракова Т.Г., канд. техн. наук, доцент,  
Юраков Н.С., магистрант**

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** Управление рисками на предприятиях пищевой промышленности для обеспечения безопасности выпускаемой продукции. Алгоритм выявления рисков и потенциально опасных факторов с последующим анализом и применением корректирующих мероприятий по снижению их воздействия на человека.

**Ключевые слова:** анализ рисков, идентификация опасностей, управления рисками и мониторинг, внутренний контроль.

Обеспечение безопасности пищевых продуктов, выпускаемых предприятиями, является приоритетной задачей в настоящее время.

Стандартизация в области менеджмента риска на международном уровне началась сравнительно недавно. В настоящее время существует множество стандартов для создания систем управления безопасностью пищевой продукции на предприятии, такие как: ISO 22000, FSSC 22000, BRC, IFS. Нормативные документы по риск - менеджменту в нашей стране представлены следующими нормативными документами: ГОСТР 51897-2002 «Менеджмент риска. Термины и определения», ГОСТР 51898-2002 «Аспекты безопасности. Правила включения в стандарты»; серия стандартов ГОСТР 51901, ГОСТР ИСО 31000-2010 «Менеджмент риска. Принципы и руководство» и др., направленных на предотвращение рисков и управление безопасностью пищевой продукции. Наиболее эффективной в данной области является система ХАССП.

В Техническом регламенте Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевых продуктов», сказано, что для обеспечения соответствия нормативным требованиям выпускаемой пищевой продукции производителем необходимо внедрить процедуры обеспечения безопасности в процессе ее производства, а также разработать, внедрить и поддерживать процедуры, основанные на принципах ХАССП [1].

Таковыми процедурами являются: внедрение и эффективное функционирование системы управления безопасности пищевой

продукции на основе принципов ХАССП, которые дают возможность управлять различными видами опасностей, возникающих при ее производстве, обеспечивая безопасность человека при ее употреблении. [2].

Значение внутреннего контроля в настоящее время трудно переоценить, он внедряется во все бизнес-процессы предприятий, при этом затрагиваются все сферы деятельности, поскольку количество и уровень рисков растет.

Система внутреннего контроля включает в себя: аудит, комплаенс, идентификацию рисков, анализ рисков, их оценку, управление рисками и мониторинг.

Согласно нормативным документам риск это сочетание вероятности события и последствий. Чтобы эффективно организовать процесс управления рисками необходимо проводить комплекс мероприятий по их управлению с минимальными потерями.

Риски делятся на внутренние, которые в большей степени зависят от финансово-хозяйственной деятельности организаций, на них может влиять персонал организации, потому и называют их управляемыми и внешние, которые возникают спонтанно, независимо от деятельности организации, из-за этого их называют неуправляемыми.

Алгоритм управления рисками следующий. Сначала необходимо провести качественную и количественную их оценку для создания матрицы рисков для предприятия. Затем классифицировать в зависимости от потерь, причин возникновения и частоты. Следующий этап - это активное управление рисками при помощи анализа отклонений и процедур внутреннего контроля в течение определенного времени. В дальнейшем руководство предприятия принимает решение о корректировке системы внутреннего контроля и управления рисками.

Рассмотрим поэтапно анализ рисков и опасностей для выявления их роли в системе обеспечения качества и безопасности пищевой продукции. В таблице 1 представлена последовательная оценка риска пищевой продукции.

Таблица 1- Оценка риска качества и безопасности пищевой продукции

| Этапы анализа опасностей | Характеристика опасностей   |
|--------------------------|---|
| 1.Идентификация риска    | Выявление потенциально опасных факторов, оценка связи между изучаемыми факторами и здоровьем человека |

Продолжение табл. 1

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 2. Оценка зависимости   | Выявление количественных связей между показателями состояния здоровья и уровнями зависимости  |
| 3. Оценка воздействия   | Определение источников загрязнения, которые воздействовали ранее, воздействуют в настоящее время и которые, в дальнейшем, могут воздействовать на людей; установление уровня воздействия и концентрацию загрязнений |
| 4. Характеристика риска | Расчет опасностей для человека, сравнение опасностей с допустимыми уровнями, сравнительная оценка опасностей путем ранжирования их по степени медико-биологической и социальной значимости                          |

Оценка риска необходима для определения предельно допустимого уровня, а также для выявления негативных последствий, которые могут причинить вред здоровью человека.

Сравнительная оценка опасностей предполагает определение потенциального источника его возникновения.

В данном случае источником возникновения опасностей являются ресурсы, вовлеченные в процесс производства пищевой продукции. Необходимо соблюдать принципы контроля качества по безопасности пищевой продукции на всех стадиях ее жизненного цикла, начиная с оценки рисков сырья на предмет идентификации опасности, и заканчивая стадией ее потребления. В таблице 2 представлена схема этапов анализа опасностей пищевой продукции.

Таблица 2 - Анализ опасностей пищевой продукции

| Этапы оценки риска                | Характеристика риска   |
|-----------------------------------|--|
| 1.Идентификация опасностей        | Все опасности пищевой продукции, возникновение которых зависит от вида продукции, типа процесса и технологического оборудования, должны быть идентифицированы и зарегистрированы   |
| 2.Оценка опасностей               | Опасности пищевой продукции должны быть оценены в соответствии с возможностью последствий отрицательных воздействий на здоровье человека и вероятностью их возникновения   |
| 3.Выбор и оценка методов контроля | В зависимости от строгости применения допущения относительно воздействия на определенные опасности; возможность мониторинга; последствия в случае отказа контроля; прогноз усиливающихся эффектов при отрицательном воздействии опасностей |

Проводя сравнительный анализ оценки риска и опасностей, можно сделать следующие выводы.

Оценка риска состоит из таких этапов, как идентификация риска; оценка риска; выбор и оценка методов контроля. На этапе идентификации риска рассматриваются все потенциальные опасности, которые могут возникнуть в процессе производства, переработки, распределения, хранения и использования пищевой продукции и их компонентов, от производства сырья до потребления готовой продукции. Также при оценке риска на этапе идентификации определяются потенциально опасные факторы для жизни и здоровья человека, а также вероятности наступления неблагоприятных событий.

При оценке рисков моделируются возможные последствия от влияния единичной опасности или комплексного воздействия множества опасностей, декларируя это во внутренних документах предприятия, также определяются возможные места загрязнения.

В результате рассчитываются пороговые значения воздействия опасностей на население в целом, которые будут считаться критерием для определения ущерба в случае развития неблагоприятной ситуации.

В конечном счете, оценка риска предусматривает процедуры ранжирования загрязнений, определения приоритетных медицинских мероприятий в области профилактики и мониторинга загрязнений.

Анализ риска качества и безопасности пищевой продукции представляет практическую значимость, заключающуюся в обеспечении безопасности и качества выпускаемой продукции в цепочке движения от производителя до потребителя.

Оценка опасностей является процедурой внутреннего мониторинга организаций, носящей предупредительный характер, который работает на формирование деловой репутации предприятия и преимуществ среди конкурентов.

Социальная и экономическая значимость от применения оценки рисков качества и безопасности пищевой продукции очевидна ввиду отсутствия механизма защиты интересов потребителей.

Таким образом, каждая организация, в зависимости от своих ресурсов и преследуемых целей, самостоятельно выбирает на базе какого стандарта построить систему безопасности продукции. И, независимо от того, какой стандарт пищевой безопасности будет внедрен на предприятии, необходимо обеспечить своевременное выявление критических процессов и рисков пищевой безопасности, а также сконцентрировать на них основные ресурсы и усилия предприятия, способствовать росту доверия потребителей к производимой продукции и повышению конкурентоспособности организации; гарантировать стабильность качества и безопасности выпускаемой продукции для потребителей и партнеров, тем самым расширяя рынки сбыта.

#### **Список литературы:**

1. Технический регламент таможенного союза 021/2011 О безопасности пищевой продукции М., 2011. С. 20-21.
2. ГОСТ Р ИСО 22000- 2007 Системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в

- цепи создания пищевой продукции. М.: Стандартиформ, 2012. С. 1-10.
3. Руководство по оценке риска для здоровья населения при воздействии химических веществ, загрязняющих окружающую среду Р 2.1.10.1920-04. - М.: 2004. – 340 с.
  4. Оценка риска возможного причинения вреда при разработке критериев безопасности продукции для жизни и здоровья населения. Методические рекомендации. - М.: ФГУЗ ФЦГиЭ, 2008. – 22 с.
  5. Food Safety System Certification: [Электронный ресурс] // URL: <http://www.fssc22000.com/>
  6. International Featured Standards: [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ifs-certification.com/>
  7. BRS Global Standards: [Электронный ресурс] // URL: <https://www.brcglobalstandards.com/>.
  8. Воронова А.Г., Юраков Н.С., Юракова Т.Г. Управление качеством продукции на предприятиях как результат высокой конкурентоспособности.//Материалы VI Международной конференции в области товароведения и экспертизы товаров «Проблемы идентификации, качества и конкурентоспособности потребительских товаров» – Курск: Изд-во Юго-Западный государственный ун-т, 2018.- С. 83-85.

## МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАК АКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Рыжов А.В., магистрант**

*Новосибирский государственный университет  
экономики и управления «НИИХ»*

**Аннотация.** Применение мерчандайзинга в современных условиях хозяйствования выступает объективно необходимым средством, позволяющим активизировать сбытовую деятельность производителей и повысить эффективность торговой деятельности предприятий розничной торговли. Комплексное использование розничными торговцами инструментария мерчандайзинга позволяет им увеличить объемы продаж потребительских товаров при условии оптимизации величины торговой надбавки и минимизации совокупных затрат, связанных с их продажей.

**Ключевые слова:** мерчандайзинг, торговля, эффективность, маркетинг.

Мерчандайзинг можно охарактеризовать как инструмент маркетинга в розничном торговом предприятии, как «маркетинг в стенах магазина». На рубеже XX-XXI веков о мерчандайзинге в нашей стране слышали немногие. Сегодня активно применять этот инструмент стремится каждый управляющий розничной торговой организацией [2].

С ростом торгового сервиса во всем мире, и в России, с распространением новой парадигмы ведения бизнеса, основной акцент в продвижении переносится на потребителя. Именно поэтому мерчандайзинг все в большей степени рассматривается как торговая услуга, без которой невозможно обойтись ни потребителю, ни производителю товара.

Потребительский рынок в нашей стране сегодня характеризуется значительными структурными изменениями. Это связано с активным развитием розничной торговли, сложившимися тенденциями роста сети современных высокоэффективных форматов продвижения. Торговля является одной из отраслей, претерпевших кардинальные изменения после распада Советского Союза.

Современная розничная торговля выступает индикатором развития экономики и характеризует как состояние производства, так и экономическую безопасность страны [3].

Эффективные методы мерчандайзинга являются актуальными для всех субъектов, работающих на потребительском рынке. Вместе с тем, отсутствие инвестиций в разработку и реализацию программ по продвижению товаров и услуг на рынке означает потерю контроля над продажей товара в конечном звене товародвижения - розничной торговой сети. Можно предположить, что если продукция предприятия-производителя продается хорошо, это еще не означает, что она продается лучше продукции предприятий-конкурентов. Разницу между категориями «хорошая продажа» и «продажа лучше других», и характеризует мерчандайзинг. Именно он и является неотъемлемым элементом современного торгового маркетинга.

Специалисты в области продаж всегда стремились научиться управлять вниманием покупателя с целью, чтобы последний воспринимал товар или услугу в выгодном для продавца свете и совершал покупки. Необходимость этого обусловлена тем, что применение канонических способов ведения конкурентной борьбы и концепции комплекса маркетинга (товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная политики) даже для зарождающегося рынка оказались недостаточно эффективными.

Результативность прогрессивных форм торговли зависит не только (и не столько) от качества и цены товаров, продающихся в данных местах продажи. В большей степени она зависит от разнообразия предлагаемых сервисных торговых услуг. Ведущей услугой сферы торговли является сегодня мерчандайзинг. Он создает дополнительную ценность продвигаемого товара, увеличивая его потребительскую стоимость. Сумма увеличенной потребительской стоимости по каждому товару образует потребительскую стоимость самого магазина, повышает уровень его конкурентоспособности.

Это объясняет важность мерчандайзинга в период активизации новых форм торговли. Как отмечают Л.П. Дашков и В.К. Памбухчиянц, в отечественной розничной торговле существует значительный неудовлетворенный спрос на магазины с более высоким качеством обслуживания. Именно поэтому из года в год в структуре розничного товарооборота растет доля продаж в сети гипермаркетов [1].

На фоне развития сети гипер- и супермаркетов магазины шаговой доступности теряют свою популярность и востребованность у покупателей. Предлагаемые ими цены на 10-15% ниже цен в небольших розничных торговых предприятиях. Даже при всех своих территориальных преимуществах, магазины «у дома» не могут

конкурировать с высокотехнологичной, ориентированной на маркетинг торговой сетью [1].

Современные и перспективные формы розничной торговли имеют значительные конкурентные преимущества по сравнению с прежними. Они определяются, прежде всего, такими параметрами как качество реализуемого товара, удобство парковки, местоположение гипермаркета, уровень торгового обслуживания и предоставляемых торговых услуг, широта и глубина ассортиментного предложения. Указанные положения еще раз позволяют утверждать о важности мерчандайзинга, как активного инструмента торгового маркетинга.

Возрастающая конкуренция в сегменте розничной торговли меняет приоритеты. От уровня доступности продукта для потребителя переходят на уровень окружения этого продукта дополнительными услугами. Свои конкурентные преимущества сфера торговли стремится реализовывать за счет совершенствования комплекса торговых услуг. Именно это и определяет то, что мерчандайзинг становится ведущим инструментом обеспечения преимущества в конкурентной борьбе между различными форматами розничной торговли [2].

Определяющими тенденциями в развитии отечественной розничной торговли являются: рост общего объёма розничного товарооборота, усиление конкуренции между торговыми фирмами в сегменте розничных продаж; использование в своей работе современных технологий продвижения товаров и услуг, прежде всего, мерчандайзинга.

Эффективность мерчандайзинга складывается благодаря взаимовыгодному сотрудничеству двух противоположенных сторон - розничного торгового предприятия и производителя товара. При этом, если производители преследуют только свои локальные коммерческие цели, то сфера розничной торговли должна внимательно относиться ко всем торговым маркам, продвигаемым к конечным потребителям. Критерием приоритетности принимаемых управленческих и организационных решений для сферы розничной торговли являются такие факторы как: размер розничного товарооборота, темпы роста розничного товарооборота, норма прибыли с единицы реализуемого товара, сезонность продаж.

Выявление концептуальных противоречий между производителем и сферой торговли, их исследование и поиск путей разрешения является достаточно актуальной проблемой при формировании и реализации мероприятий мерчандайзинга. Усиливающаяся конкуренция в сферах

производства и розничной торговли вынуждает всех участников коммерческих отношений идти на взаимовыгодное сотрудничество.

Принято считать, что главным принципом эффективного мерчандайзинга является его нацеленность на обеспечение должного взаимодействия всех участников канала распределения, совместных усилий производителя, оптового посредника и розничного продавца.

Реализация мерчандайзингового плана возможна только в том случае, если он учитывает интересы всех участников процесса продвижения. При этом приоритетное внимание уделяется потребностям покупателя [2].

Эффективность услуги в области мерчандайзинга может оцениваться производителем, как с точки зрения собственных критериев, так и с точки зрения критериев розничного торговца. Для производителя - это оборот товара, чистая прибыль, доля рынка. А эффективность с точки зрения розничного торговца – валовый розничный товарооборот, чистая прибыль, прибыль на 1 м<sup>2</sup> торговой площади, прибыль на одного работника торговли, удовлетворенность потребителя. Поэтому при оценке эффективности мероприятий в области мерчандайзинга подходят с двух позиций - позиции производителя и позиции предприятия розничной торговли.

#### **Список литературы:**

1. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. Коммерция и технология торговли: учебник. М.: ИТК «Дашков и К», 2012. 697 с.
2. Перезова О.В. Маркетинговые технологии: брендинг, мерчандайзинг: учебное пособие. Челябинск: Челябинский Дом печати, 2017. 53 с.
3. Щетинина Н.А. Стратегический подход к развитию региональной розничной торговли /Н.А. Щетинина//Современное коммуникационное пространство: анализ состояния и тенденции развития: материалы Всероссийской межвузовской научно-практической конференции с международным участием (Новосибирск, 17-18 апреля 2012 г.) / под ред. И.В. Архиповой.- Новосибирск: НГПУ, 2012.- С.143-149.

## ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ РИСКА БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИИ И ПОДХОДЫ К ЕГО ОЦЕНКЕ

Серова Е.Г., канд. экон. наук, доцент,  
Павлова Ю.А., магистрант

*Белгородский университет кооперации, экономики и права*

**Анотация.** Одной из важнейших задач финансового управления является обеспечение устойчивого финансового положения организации и недопущение финансовой несостоятельности (банкротства), для чего необходимо уметь прогнозировать и оценивать влияние различных факторов, как внешних, так и внутренних. Также необходимо вести мониторинг финансового состояния организации, в частности, на предмет наличия риска банкротства. В статье отражаются факторы, влияющие на финансовую стабильность организаций, а также дается краткий обзор наиболее известных методик прогнозирования риска банкротства с акцентом на их достоинства и недостатки.

**Ключевые слова:** банкротство, риск банкротства, прогнозирование банкротства

Банкротство организации – это результат негативного влияния разнообразных внешних и внутренних факторов развития организации в рыночных условиях. Мировая практика банкротства показала, что угроза финансовой нестабильности организаций возникает в среднем на 25-30% из-за внешних факторов и на 70-75% из-за внутренних, связанных с неумелым, нерациональным управлением. При этом в развитых зарубежных странах ли соотношения имеют следующие значения: внешние факторы составляют 10-15%, внутренние - 85-90%, в России внешние и внутренние факторы составляют примерно по 50%.

Если организации практически не могут или слабо влияют на негативные воздействия внешней среды, то влияние внутренних факторов является результатом управленческих решений администрации организации.

Факторы разделяются на:

- внутренние, которые связаны с ошибками и упущениями управления и персонала внутри организации;
- внешние, которые появляются за пределами организации и организация не имеет возможности воздействовать на них.

К внутренним факторам относятся:

- 1) появление убытков организации, связанных с неспособностью продукта благополучно соперничать с другими продуктами,

оказавшимися на рынке, несвоевременное обновление ассортимента товарной продукции;

2) резкое увеличение издержек производства и реализация продукта, что может быть вызвано использованием дорогих технологий, средств и предметов труда и т.д.;

3) потеря уровня культуры изготовления и культуры организации в целом, которая подразумевает квалифицированный состав персонала, технический уровень производства и т.д.

Большое количество всевозможных неудач компаний связано как раз с внутренними причинами, но также весомую роль играют внешние предпосылки несостоятельности организации, с ними труднее правиться.

К внешним факторам относятся:

1) размер и структура потребностей населения;

2) уровень доходов и накоплений населения, а, следовательно, и его покупательная способность (сюда же могут быть отнесены уровень цен и возможность получения потребительского кредита, что существенным образом влияет на предпринимательскую активность);

3) политическая стабильность и направленность внутренней политики;

4) развитие науки и техники, которое определяет все составляющие процесса производства товара и его конкурентоспособность;

5) уровень культуры, проявляющейся в привычках и нормах потребления, предпочтениях одних товаров и отрицательном отношении к другим;

6) международную конкуренцию.

Одни из указанных факторов могут вызвать внезапное банкротство предприятия, другие постепенно усиливаются и накапливаются, вызывая медленное, труднопреодолимое движение предприятия к спаду производства и банкротству. [1]

Учитывая все выше сказанное, необходимо проводить периодический мониторинг вероятности риска банкротства организации, используя соответствующие методики прогнозирования возможного наступления финансовой несостоятельности (банкротства) организации.

Большинство современных как отечественных, так и зарубежных специалистов определяют два основных подхода к определению риска наступления банкротства.

Один подход можно определить как финансовый подход, так как он базируется на финансовых данных о деятельности экономического

субъекта, используя при этом количественные показатели. Это, как правило, многофакторные модели, которые предусматривают учет изменений в экономике и внешней среде предприятия. Вторым подходом можно определить как статистический подход, в основе которого лежат статистические данные о предприятиях-банкротах.

При обоих подходах ключевым аспектом является определение оптимального значения финансовых коэффициентов, обеспечивающего надежность и достоверность в определении вероятности наступления банкротства.

Несмотря на то, что в современной практике прогнозирования финансовой несостоятельности существует огромное количество различных методик и подходов в определении угрозы наступления банкротства с определенной степенью вероятности, в этой сфере существует достаточно много проблем в единообразном подходе.

Наиболее известными и значимыми среди зарубежных моделей прогнозирования банкротства являются модели: Э. Альтмана, Р. Таффлера, Г. Тишоу, У. Бивера, Ж. Коннана, М. Гольдера, Г. Стрингейта, Д. Фулмера, Р. Лиса, А. Стрикленда, Дж. Ольсона.

Необходимо отметить, что зарубежные модели прогнозирования несостоятельности организаций во многих случаях не соответствуют российским стандартам бухгалтерского учета. Следовательно, данное несоответствие не позволяет принять объективное и обоснованное решение по финансовому состоянию субъекта.

Многие из зарубежных специалистов достаточно подробно осветили в своих моделях причины возникновения кризиса, виды кризисов и этапы формирования антикризисной стратегии. Данным вопросам посвятили свои работы А. Томпсон, Ж. Ришар, З. Хелферт, Р. Холт.

Среди отечественных моделей наибольшее распространение получили модели: О.П. Зайцевой, Г.В. Савицкой, Р.С. Сайфуллиной и Г.Г. Кадыкова, Г.В. Федоровой, Л.Т. Гиляровской, А.А. Вехоревой, В.В. Витрянского, С. Зинченко, Н. Лившица, В. Лопача, О. Никитина, Давыдовой-Беликовой и т.д. Данные специалисты сделали упор в своих трудах на методику проведения анализа количественных и качественных показателей, которые оказывают влияние на платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия.

В отечественной практике прогнозирования угрозы наступления кризиса многими специалистами применяются методические рекомендации, разработанные в соответствии с Федеральным законом. Данный нормативный документ определил отечественную систему

показателей для оценки неплатежеспособности организаций. Но, несмотря на большое количество различных моделей оценки степени риска банкротства, в современной экономической науке нет единого формализованного подхода, каждая модель опирается на свою группу показателей и нормативных значений.

Основными проблемами применения зарубежных моделей прогнозирования банкротства в российской практике являются:

- отсутствие статистики по предприятиям банкротам;
- неопределенность базы расчета весовых показателей;
- отсутствие взаимосвязи нормативных значений с условиями и особенностями российской экономики;
- в расчетах используются устаревшие данные;
- отсутствует возможность проанализировать динамику изменения вероятности наступления несостоятельности;
- отсутствие отраслевой специфики [2].

Если говорить о применении российских моделей в целях прогнозирования финансовой несостоятельности, то их применение, так же, как и зарубежных моделей, связано с их несоответствием современным условиям российской экономики. Самым существенным недостатком российских моделей является то, что большинство из них не позволяют спрогнозировать риск несостоятельности с наибольшей точностью. Это связано с тем, что точность расчетов вероятности наступления банкротства зависит от исходной информации.

Кроме того, если сравнивать зарубежные и российские модели банкротства, основным существенным расхождением являются подходы к расчету показателей финансовой устойчивости и платежеспособности деятельности.

Большинство моделей использует для анализа финансового состояния три и более коэффициентов, причем многие из них учитывают финансовые показатели деятельности на момент осуществления анализа и не учитывают динамику изменения показателей во времени.

Одной из наиболее объективных методик оценки степени риска несостоятельности является модель Давыдовой-Беликова, которая была разработана в Иркутской государственной экономической академии. Модель включает в себя четыре фактора, на основе которых строится регрессионное уравнение, с помощью которого определяется итоговый показатель риска финансовой несостоятельности.

Существенными недостатками данной модели являются:

– отсутствие взаимосвязи с отраслевой спецификой деятельности организаций, по причине четко установленных критериев оценки финансового состояния;

– результаты, полученные в ходе применения данной модели, действительны и достоверны только в течение короткого промежутка времени, как правило, не превышающем 90 дней.

Основным достоинством модели служит то, что в основе ее разработки лежит статистика российских предприятий, что дает возможность судить о наибольшей точности прогнозируемых данных.

Также наиболее распространенной моделью оценки вероятности банкротства, разработанной российскими учеными, является модель Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова. Разработчики данной модели совершили попытку адаптировать модель «Z-счет» Э. Альтмана к специфике российской экономики.

Основным недостатком модели является то, что итоговое значение не позволяет выявить и оценить причины возникновения неплатежеспособности организации. Нормативное значение итогового критерия модели не позволяет учитывать отраслевой направленности деятельности.

Далее рассмотрим особенности использования зарубежных моделей, применяемых в рамках деятельности российских организаций. Модель Альтмана используется на практике в двух вариантах: в форме двухфакторной и пятифакторной модели. Самой простой из них является двухфакторная модель. В основе данной модели лежит расчет двух показателей, определяющих платежеспособность и финансовую устойчивость организации.

Недостатком модели является невысокая точность итогового значения, так как модель рассматривает влияние только двух экономических показателей.

Следовательно, чем большее количество факторов входит в модель, тем более точно оценивается степень риска наступления несостоятельности. Такому требованию отвечает пятифакторная модель Э. Альтмана, с помощью которой проводится анализ финансового состояния организаций, не осуществляющих операций с акциями.

Основным недостатком пятифакторной модели является то, что в основе ее лежат статистические данные зарубежных предприятий, особенности деятельности которых существенно отличаются от условий хозяйствования российских организаций.

Достоинствами являются: определение влияния пяти экономических показателей, являющихся основными в характеристике

финансового состояние, сопоставимость используемых данных, возможность классификации организаций по степени риска банкротства.

Далее рассмотрим особенности модели У. Бивера. Так же как и Э. Альтамн, У. Бивер разработал пятифакторную модель оценки риска наступления банкротства. Недостаток модели заключается в том, что метод не предусматривает весовых коэффициентов при расчете общего показателя вероятности банкротства. Также данная модель, как и все зарубежные модели, не рассчитана на отраслевые особенности российской экономики. Таким образом, мы рассмотрели основные достоинства и недостатки отечественных и зарубежных моделей оценки вероятности банкротства.

В связи с этим все методики оценки несостоятельности можно условно разделить на три основные группы:

- модели с целевой направленностью;
- модели с прогнозной направленностью;
- модели, основанные на сравнительном анализе.

Модели с целевой направленностью позволяют оценить вероятность финансовой несостоятельности по отраслевому признаку. Модели с прогнозной направленностью позволяют осуществить ретроспективный анализ риска наступления банкротства по истечении длительного периода, как правило, максимальный срок прогноза составляет 5 лет. Сравнительные модели прогнозирования банкротства, как правило, дают оценку, основываясь на статистических данных по аналогичным предприятиям, исходя из которых были установлены нормативные критерии оценки финансового состояния [3].

Все существующие на сегодняшний момент методики редактируются с учетом происходящих изменений в экономике и нормах законодательства.

#### **Список литературы:**

1. Арутюнов, Ю.А. Антикризисное управление [Текст]: учебник // Ю.А. Арутюнов. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 416 с.
2. Бирюков, А.Н. Ковалевская И.А. Диагностика как процедура прогнозирования степени близости предприятия к несостоятельности или банкротству [Текст]: журнал // А.Н. Бирюков. – М.: Проспект, 2017. – № 8 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2017/08/15240>
3. Гумерова, В.Р. Методы прогнозирования возможного банкротства предприятия и оценка их эффективности [Текст]: журнал // В.Р. Гумерова, А.А. Фаттахов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2017. – № 4 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2017/04/14539>

## ПРОЦЕССЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ

**Слабинская И.А., д-р экон. наук, профессор,  
Ткаченко Ю.А., канд. экон. наук, доцент**  
Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова

**Аннотация.** Большое количество компаний на всем земном шаре страдает от неэффективного использования ресурсов, от недостатка или недостоверности информации и от ошибок в бухгалтерской отчетности. Такие проблемы можно обойти путем создания эффективной системы внутреннего контроля в компании.

**Ключевые слова:** внутренний контроль, процедуры контроля, мониторинг.

Процесс деятельности на предприятии проходит в пределах двух систем. Первая – операционная система, она необходима для достижения поставленных целей и задач. Вторая – система контроля, внедряющаяся в операционную систему.

Система внутреннего контроля предназначена для повышения вероятности и создания условий для осуществления поставленных целей.

На сегодняшний день понятие внутреннего контроля не новое.

Оно появилось в начале 18 века и эволюционировало со временем. Понятия системы внутреннего контроля на предприятии сформировалось в начале 20 века в виде трех совокупных элементов: разделение полномочий, ротация персонала, использование и анализ учетных записей. Со временем функции системы внутреннего контроля разрослись и вышли за пределы вопросов, относящихся к бухгалтерскому учету [2].

Внутренний контроль – это система, направленная на достижение целей организации, которые являются результатом работы руководителей по организации, планированию, мониторингу деятельности компании и ее подразделений.

Можно выделить следующие цели системы внутреннего контроля:

- ✓ обеспечение эффективной деятельности предприятия;
- ✓ обеспечение соблюдения политики предприятия каждым сотрудником;
- ✓ обеспечение сохранности имущества.

Для осуществления вышеупомянутых целей необходимо согласовать систему бухгалтерского учета и систему внутреннего

контроля, это связано с системой двойной записи, которая определяет порядок регистрации хозяйственных операций и обеспечивает контроль.

Процедуры и методы контроля являются одними из главных частей системы контроля. Индивидуальному предпринимателю, который является единственным работником в своей организации, особые процедуры контроля не нужны – ему нет смысла обманывать самого себя и подводить своих партнеров. На предприятиях, в которых задействовано большое количество работников, должны быть процессы и методы контроля, которые будут побуждать персонал действовать для достижения целей. Большой плюс таких методов в том, что в разы сокращаются факты сокрытия мошенничества. Процедуры внутреннего контроля обычно используются для крупных предприятий и по операциям с большими рисками.

На состав процедур внутреннего контроля могут влиять следующие факторы:

✓ объем, сложность, особенности видов деятельности предприятия;

✓ специфика системы бухгалтерского учета и контрольной среды.

Предприятия достигают целей контроля путём разработки и внедрения процедур внутреннего контроля на разных уровнях организации и на разных уровнях обработки информации.

Минфин России рекомендовал включать следующие процедуры внутреннего контроля:

1. Документальное оформление;
2. Подтверждение соответствия между объектами (документами) или их соответствия установленным требованиям;
3. Санкционирование (авторизацию) сделок и операций;
4. Сверку данных;
5. Разграничение полномочий и ротацию обязанностей;
6. Процедуры контроля фактического наличия и состояния объектов, в том числе физическую охрану, ограничение доступа, инвентаризацию;
7. Надзор, обеспечивающий оценку;
8. Процедуры, связанные с компьютерной обработкой информации.

Некоторые процедуры внутреннего контроля используют непосредственно к хозяйственным операциям, файлам данным, активов, записям. Эффективность таких процедур сильно увеличивается, если проводится их регулярная проверка, а распределенные функции способствуют обнаружению и исключению ошибок в документах [6].

Если на предприятии нет компьютерной обработки данных, то все процедуры контроля производятся в ручную. Если же на предприятии имеется компьютерная обработка данных, то некоторые процедуры внутреннего контроля выполняются с использованием специальных программ.

Такая процедура получила название «программируемые». Сравнение счетов-фактур при помощи компьютера на приобретение товарно-материальных ценностей с файлами записей по поступившим товарам является одной из программируемых процедур.

Процедуры внутреннего контроля должны охватывать полностью систему данных, начиная с информации по первоначальным записям хозяйственных операций и заканчивая последними по ее хранению, занесенными в бухгалтерские регистры [3].

Для осуществления внутреннего контроля, информация, находящаяся в памяти компьютера и подлежащая обработке, должна быть полной, достоверной, законной.

Процедуры внутреннего контроля – это действия, которые направлены на снижение рисков.

Можно выделить следующие действия:

Подтверждение о состоянии объектов (документов) по установленным требованиям. Например, когда принимаются первичные документы к учету, должна производиться проверка на правильность их оформления;

Санкционирование хозяйственных операций. Например, авансовый отчет должен быть подписан руководителем организации, но подписание отчета может производиться руководителями разных уровней в зависимости от суммы;

Сверка данных. Например, для подтверждения сумм кредиторской и дебиторской задолженности следует проводить сверку расчетов с поставщиками и покупателями. Остатки денежных средств в кассе должны сопоставляться с остатками денег по данным кассовой книги;

Разделение полномочий. Для уменьшения числа ошибок подготовка первичной документации и отражение полученной информации в бухгалтерском учете должна распределяться на разных сотрудников;

Физический контроль. Должна быть надлежащая система безопасности ценностей.

Надзор. Дает оценку достижения поставленных целей и задач.

Из вышеупомянутых процедур внутреннего контроля, для предотвращения мошенничества и злоупотребления обязанностями

наиболее эффективными являются санкционирование хозяйственных операций, разграничение обязанностей и контроль.

Процедуры контроля бывают двух видов:

1. Предварительные;
2. Последующие.

Предварительные процедуры предназначены на предупреждение образования ошибок и нарушений. Последующие процедуры направлены на обнаружение уже сделанных ошибок [4].

Если на предприятии утверждена система внутреннего контроля, то она должна не менее одного раза в год оцениваться. Руководитель предприятия сам определяет способы и методы оценки системы.

В ходе своего существования компания должна проводить непрерывный мониторинг работы системы внутреннего контроля. Мониторинг можно проводить при помощи анализа результатов деятельности компании [5].

Совмещение оценки внутреннего контроля и непрерывного мониторинга позволяет убедиться в том, что внутренний контроль дает уверенность в достижении поставленных целей.

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ ред. от 28.12.2013) «О бухгалтерском учете»
2. Сотникова Л.В. «Внутренний контроль и аудит». М.: Финстатинформ, М. 2015.
3. Микрюев В.А., Комаров С.Е. Управление стимулированием фирмы. М.: Финансы и статистика, 2011.
4. Сотникова Л.В. Внутренний контроль и аудит. М. 2014.
5. Ткаченко Ю.А., Бережная А.В., Ширинская М.П. Роль внутреннего контроля в системе экономической безопасности хозяйствующего субъекта. Белгородский экономический вестник. 2017. № 2 (86). С. 230-236.
6. Слабинская И.А., Ткаченко Ю.А. Процедуры внутреннего контроля в строительных организациях. Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2017. № 9. С. 193-196.

## РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сомина И.В., д-р экон. наук, профессор,  
Чернышова Д.И., аспирант

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г.Шухова*

**Аннотация.** В статье определены понятие и структура интеллектуального капитала, обоснована взаимосвязь между интеллектуальным капиталом и инновационной деятельностью. Представлены текущее положение России и меры, направленные на формирование инновационной экономики. Рассмотрена зависимость между элементами интеллектуального капитала и инновационным процессом.

**Ключевые слова:** интеллектуальный капитал, инновации, инновационный процесс, инновационная деятельность, инновационное развитие.

Интеллектуальный капитал всегда имел, имеет и будет иметь огромное значение в нашем постоянно изменяющемся мире. Мы живем в обществе, которому требуются творческие личности, способные моментально адаптироваться к социально-экономическим условиям и принимать нестандартные решения, инициаторы новых проектов и их воплощатели. Еще в 18 веке Адам Смит ввел определение человеческого (интеллектуального) капитала как понятие количества и качества человеческой способности к труду. А легендарный ученый Альберт Эйнштейн говорил: «Интеллектуальный рост должен начинаться с рождения и прекращаться только со смертью». Эта фраза актуальна и в наше время. Конечно, значительную роль играют информационные, природные, экономические, трудовые и другие ресурсы, но только интеллектуальные ресурсы не истощаются, а увеличиваются, совершенствуются и способствуют наиболее эффективному и рациональному использованию иных ресурсов.

В экономической теории «интеллектуальный капитал» часто употребляется как синоним понятий «интеллектуальные ресурсы», «интеллектуальный потенциал», «человеческий капитал» [1]. Например, Т. Стюарт рассматривает интеллектуальный капитал как совокупность знаний работников [9]. Б.Б. Леонтьев трактует данное понятие через стоимостную оценку интеллектуальных активов, состоящих из интеллектуальной собственности, а также заложенных

генетически и приобретенных умственных способностей, накопленных знаний и опыта взаимоотношений с иными рыночными субъектами [7]. Согласно мнению В.П. Багова, интеллектуальный капитал – это совокупность интеллектуальных ресурсов предприятия, являющихся базисом для создания и реализации научно-технической и инновационной продукции; его структуру образуют кадровый капитал и интеллектуальная собственность [3].

На наш взгляд, в контексте данного исследования справедлива позиция О.Б. Казаковой, Э.И. Исхаковой и Н.А. Кузьминых [5]. Авторы считают, что состав интеллектуального капитала уникален и многогранен, его основными компонентами выступают человеческий, организационный и эмоциональный капиталы, а также капитал отношений (рис. 1). Взаимодействие между ними позволяет генерировать новые знания и способствует интенсификации инновационных процессов в экономических системах макро-, мезо и микроуровней.

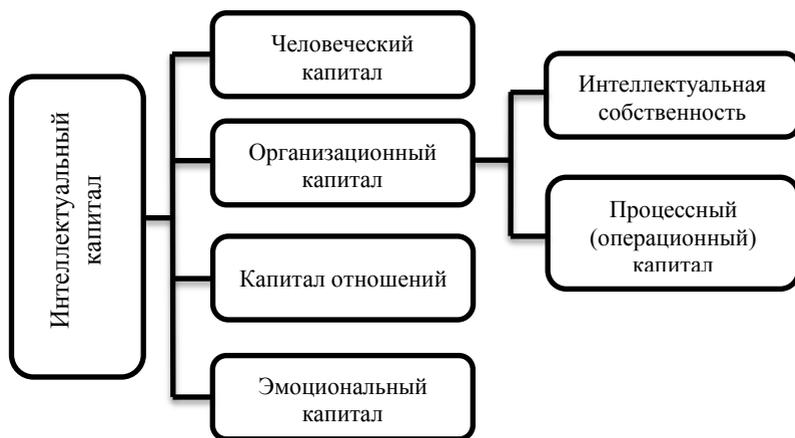


Рисунок 1 - Структура интеллектуального капитала [5]

Именно элементы интеллектуального капитала, взаимодействуя между собой, оказывают непосредственное влияние на инновационную деятельность. На уровне предприятий это получает воплощение в инновационных технологических решениях, управленческих, организационных и маркетинговых инновациях [2]. В зависимости от специфики деятельности организации дифференцируются

корреляционные связи. При этом каждая из составных частей интеллектуального капитала значима, но особую роль играют объекты интеллектуальной собственности (научные труды, изобретения, программы для ЭВМ, базы данных, «ноу-хау» и др.), так как они представляют собой неиссякаемый источник инновационного развития.

Согласно рейтингу стран мира по индексу инноваций, Россия уступает в инновационной деятельности 44-м странам, даже таким как Словения, Литва, Турция и Мальта [4]. В основном, российская экономика зависима от экспорта сырьевых ресурсов, и главной задачей остается переориентация на инновационное развитие страны. Способность реализовать инновации зависит от интеллектуальных активов и знаний, а также от возможностей их использования.

В последнее десятилетие интеллектуальный капитал рассматривается как один из главных факторов обеспечения конкурентоспособности нашей страны, регионов и отдельных компаний. Так, в 2011 году Правительство Российской Федерации утвердило «Стратегию инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» [1], основанную на положениях Концепции долгосрочного социально-экономического развития России. В Стратегии, как и в Концепции ставится задача усиления роли человеческого капитала как основного фактора экономического и инновационного развития. В документе определяется важность комплексной поддержки субъектов инновационной деятельности с помощью мер по повышению восприимчивости населения к инновациям, привлечению к исследовательской работе молодежи, увеличению численности кадрового потенциала в сфере науки, образования, технологий и инноваций.

Однако за последние три года (2015-2017 гг.) в России произошло уменьшение числа организаций, выполнявших научные исследования и разработки (сокращение составило 231 ед. или 5,5%), а также численности персонала, занятого НИОКР (соответственно 31 тыс. чел. или 4,2%) [8]. Указанное актуализирует значимость мер, направленных на развитие интеллектуального капитала для страны.

Каскадирование соответствующих мер на мезо- и микроуровень и одновременно учет специфики отдельных предприятий и субъектов РФ, грамотное и гармоничное управление взаимосвязанными элементами интеллектуального капитала с использованием адекватного инструментария, на наш взгляд, будет способствовать выводу российской экономики на траекторию инновационного развития.

### Список литературы:

1. Распоряжение Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р «О Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 г.». URL: <http://government.ru/docs/9282/>.
2. Багдасаров М.И. Проблемы воспроизводства интеллектуального капитала в России // Человек и труд. 2007. №12. С. 25–30.
3. Багов В.П. Управление интеллектуальным капиталом: учеб. пособие. М.: ИД «Камерон», 2006. 248 с.
4. Глобальный индекс инноваций. Гуманитарная энциклопедия: Исследования [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2019 (последняя редакция: 27.03.2019). URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index/info>.
5. Казакова О.Б., Исхакова Э.И., Кузьминых Н.А. Интеллектуальный капитал: понятие, сущность, структура // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2014. № 5. С. 68–72.
6. Корицкий А.В. Экономическая теория. Трансформация человеческого капитала и современность. Новосибирск, 2006. 208 с.
7. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. М.: ИЦ «Акционер», 2002. 200 с.
8. Федеральная служба государственной статистики: Наука и инновации. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/science\\_and\\_innovations/science/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#).
9. Stewart T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.Y.: Currency Doubleday. 1997.

## ВЛИЯНИЕ ИНОСТРАННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ

**Столярова З.В., канд. экон. наук, доцент**  
*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** В статье рассмотрены аспекты влияния иностранных технологий на возможности экономического роста национальной экономики с позиции эволюционного подхода. Прослежены механизмы взаимодействия зарубежных новаций и локального инновационного климата, аргументирована необходимость государственного участия в инновационной деятельности.

**Ключевые слова:** технологии, эволюционный подход, инновационное развитие.

Уровень развития технологий бесспорно является определяющим фактором при обосновании различий в росте национального дохода между странами. В то же время отдельные специалисты видят источник экономического развития лишь в «высоких технологиях», как правило, перенимаемых из передовых стран. Однако в соответствии с эволюционным подходом именно инновации локального характера, имеющие место в конкретном регионе, выступают драйвером роста, что, в свою очередь, нисколько не умаляет важность применения иностранных технологий, потенциально способствующих поднять экономику на новый уровень. Таким образом, необходимо оценить возможности эффективного сочетания технологических основ регионального характера и прорывных научно-технических идей, привнесенных из-за рубежа.

Понятие технологии является одним из самых часто употребляемым, применительно к аспектам экономики и производства и ассоциируется преимущественно с фактором, повышающим эффективность и компенсирующим отдачу от труда и капитала. Фокусируясь на технологических характеристиках, можно оценить потенциал инновации в долгосрочной перспективе и вероятность наступления положительного эффекта. Вместе с тем этого недостаточно, чтобы объяснить различие в уровнях экономического роста в отдельно взятых странах, применяющих аналогичные иностранные технологии.

Увеличение производительности не является единственной целью использования современных технологий. Технологии должны срабатывать на долгую перспективу, порождая новый класс инноваций и, питая научно-техническую сферу, делать процесс инновационного преобразования страны непрерывным.

В широком смысле технология подразумевает создание системы знаний, что невозможно осуществить без инвестиций в человеческий капитал, качественное совершенствование которого, является залогом экспоненциального экономического роста.

Смещение акцентов с «технологии машин» на «технологии идей», приоритет инвестиций в знания перед вложением в автоматизацию производства видится вполне оправданным. Очевидно, предоставление каждому работнику ноутбука не является целесообразным в том случае, если не прописан алгоритм пользования нужной программой. Напротив, создание алгоритма избавит процесс от количественной зависимости и от ноутбуков, и от работников. Таким образом, вложения в человеческий капитал с целью повышения научно-образовательного уровня отдельного работника дают больший эффект, чем закупка дополнительного оборудования или расширение штата сотрудников.

Этот тезис, в том числе, ставит под сомнение твердую убежденность в исключительной важности иностранных передовых идей для выхода отстающей экономики на новый уровень. Слепой перенос зарубежных высоких технологий на неподготовленную почву делает невозможным их полноценное использование и не сможет оправдать затраченные инвестиции.

С точки зрения эволюционного подхода, автоматическое привлечение зарубежных новых технологий мало продуктивно без учета региональных условий. Только в сочетании с локальным научным потенциалом и опытом ассимиляция иностранных «ноу хау» сможет результатиться в качественный прорыв. С этих позиций наложение зарубежных технологий на локальный контекст является ключевым фактором для решения перспективных экономических задач.

Результат простого переноса зарубежных инноваций может выразиться в появлении нового продукта на местном рынке. Далее к процессу подключается поведенческая реакция потребителя, которая определяет успех продвижения товара. Даже если она будет положительной, инновационный эффект может быть недолговечным с учетом закономерного охлаждения спроса к новинке. Любой самый

успешный продукт требует периодических обновлений и доработок, которые невозможны без прочной научно-технической основы на месте. Это доказывает, что долгосрочный эффект дают не инновационные технологий, воплощенные в машинах или оборудовании, а в знаниях и профессиональных навыках.

Способность адаптировать иностранные технологии к внутренней инновационной базе, в отличие от простого стремления произвести больше и дешевле является своего рода вызовом традиционной парадигме оптимизации производства.

Практикой доказано, что существенный рост производительности достигается благодаря изобретениям, имеющим место в ведущих странах мира. Однако долгосрочное положительное влияние нововведений имеет место не вследствие разовых шоков производительности, а происходит в силу последующей волны коммерческих приложений этих нововведений. Следовательно, само по себе открытие не поможет решить проблему отставания экономического развития национальной экономики, пока оно не найдет соответствующего применения, эффективность которого отразится на повышении совокупного спроса и затем национального дохода.

Очевидно, что задачу наложения иностранных технологий на возможности восприятия инноваций локальным производственно-технологическим фоном невозможно решить без участия государства.

В отсутствие государственного регулирования обнажаются все «провалы» рынка, которые деформируют систему: инновации-инвестиции - предприниматель - уровень образования - квалификация рабочей силы. Более того частные инвесторы неохотно идут на финансирование запуска новых технологий, опасаясь риска.

Соответственно, системный характер инноваций оправдывает необходимость активного вмешательства правительства в дальнейшее развитие и региональное освоение технологий. Это, во-первых, выражается в тесном взаимодействии государственного и частного секторов с целью инициировать, импортировать, модифицировать и распространять новые технологии, во-вторых, в разработке механизмов государственного финансирования, особенно, в случае, если другие источники венчурного капитала не доступны на рынке, или если финансовая система слабо развита, в-третьих, в координации взаимодополняющих мероприятий, связанных с инновациями, проводимых общеобразовательными учебными заведениями, университетами и техническими институтами, государственными

учреждениями, и отраслевыми предприятиями.

Таким образом, можно выделить три основные предпосылки преодоления технологического отставания.

1. Национальный технологический и инновационный бэкграунд в значительной степени зависит от новаторской деятельности и проектов, инициированных правительством, которые позднее индуцируются и шлифуются в государственно-частных организациях, университетах, научно-исследовательских институтах и коммерческих предприятиях.

2. Государственное финансирование и софинансирование играет ключевую роль на всех этапах внедрения новых технологий, особенно, когда частные фигуранты не склонны к повышенному риску.

3. Иностранные технологии успешно адаптируются национальной экономикой только в том случае, если слаженно работает вся система, сложенная из государственного сектора, частного предпринимательства и учреждений научно-образовательной сферы.

Все эти условия, а именно государственное регулирование и координация в рамках инновационной системы, а также правительственное спонсорство, позволяют расширить влияние инноваций на возможности экономического роста и повышение международной конкурентоспособности. В этом случае, инновация, встроенная в механизм взаимодействия государства, производства, предпринимательства, науки и образования, является мощным источником конкурентного преимущества.

Вместе с тем, следует отметить, что международная конкуренция и интеграция обуславливают также необходимость дискреционных политических стратегий на страновом уровне с целью преодоления ограничений притока иностранных технологий. Эта задача обретает исключительную остроту в свете текущих геополитических событий. Санкционные меры со стороны некоторых ведущих стран по отношению к России создают ощутимый барьер для проникновения новых технологий. Распространенное в политических кругах убеждение в необходимости перехода на полное импортозамещение является популистской и с экономической точки зрения несостоятельно. В случае отказа от импорта зарубежных технологий имеющееся технологическое отставание будет непреодолимым. Исторически доказано, что подобный изоляционизм способен отбросить страну на несколько десятилетий назад. Помимо этого, покупка иностранных технологий существенно экономит затраты на НИОКР и способствует развитию смежных научно-технических отраслей.

Поэтому, трезво оценивая не самый высокий уровень

технологического развития, диктующий настоятельную необходимость привлечения зарубежных инноваций, и опасность попадания отечественной экономики в зависимость от политических настроений зарубежных партнеров, следует разработать целый комплекс последовательных мероприятий на государственном уровне.

Среди прочего, следует особо акцентироваться на следующих мерах:

- увеличение доли бюджетного ассигнования на НИОКР;
- разработка и внедрение методик стимулирования интереса к инновационной деятельности, начиная с уровня образовательных учреждений;
- адресное субсидирование предприятий, осуществляющих масштабную инновационную деятельность;
- организация научно-образовательных центров подготовки и переподготовки кадров, способных эффективно использовать и развивать иностранные технологии;
- разработка гибкой политической стратегии, позволяющей конструктивно сотрудничать с иностранными партнерами в области высоких технологий, не ущемляя при этом собственные интересы;
- жесткий контроль за надлежащим использованием бюджетных средств, выделяемых на инновационное развитие.

#### **Список литературы:**

1. Столярова В.А., Мищенко А.А., Столярова З.В. Реформирование системы управления предприятием на основе инновационного подхода / Белгород: Изд-во БГТУ, 2010.- с. 159
2. Juan Ricardo Perilla Jimenez, Mainstream and evolutionary views of technology, economic growth and catching up // Journal of Evolutionary Economics, 2019, Vol.28(127), P. 167-176

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА**

**Щетинина Н.А., канд. экон. наук, доцент,  
Печеневская А.А., магистрант**  
*Новосибирский государственный университет  
экономики и управления «НИИХ»*

**Аннотация.** Эффективная мотивация персонала – залог успешного управления предприятием любого масштаба. В статье рассматриваются методы совершенствования мотивации и стимулирования персонала предприятий розничной торговли. В ходе исследования выявлены проблемы, наиболее часто возникающие у руководства при управлении персоналом, разработаны рекомендации по формированию эффективной системы мотивации и стимулирования сотрудников.

**Ключевые слова:** мотивация персонала, методы мотивации, стимулирование, торгово-технологический процесс, розничная торговля.

На сегодняшний день в розничной торговле наблюдается ужесточение конкуренции, при этом появление на российском рынке зарубежных торговых предприятий вынуждает руководство внедрять новые подходы к организации торговой деятельности. Актуальность вопросов совершенствования мотивации и стимулирования торгового персонала обусловлена тем, что в современных реалиях ведения бизнеса мотивация персонала признана одним из ключевых факторов обеспечения конкурентоспособности субъектов розничного рынка.

В отечественной экономической литературе вопросам мотивации и стимулирования сотрудников торговых предприятий посвящены исследования таких авторов, как: Галецкая М.Е., Дашков Л.П., Зайцева Т.В., Кибанов А.Я., Памбухчиянц В.К., Резник П.Я., Сотников С.А., Фролов В.О. и ряда других. При этом наблюдаются пробелы в теоретических изысканиях, посвященных вопросам мотивации и стимулирования всей совокупности категорий сотрудников, вовлеченных в организацию именно торгово-технологического процесса.

Торгово-технологический процесс современной организации представляет собой комплекс мероприятий, составляющих совокупность различных операций по доведению товаров от производителей до предприятий розничной торговли, а от розничных

торговых предприятий – до конечных потребителей [2]. Своевременность и качество выполнения сотрудниками коммерческих операций влияют на широту ассортимента предлагаемых товаров и бесперебойность торговли. В число данных операций входят: изучение спроса, составление заявок на ввоз товаров, формирование ассортимента, рекламная деятельность, получение информации из внешней среды. Сотрудники розничных торговых предприятий обязаны обеспечить приемку поступивших товаров по количеству и качеству, создать благоприятные условия для их хранения и подготовки к продаже [2].

Указанные положения позволяют сделать вывод о том, что репутация предприятия напрямую зависит от действий торгового персонала, в связи с чем необходимо уделять пристальное внимание стимулированию и мотивации сотрудников.

Одной из наиболее острых проблем в построении эффективного бизнеса становится именно недостаточная мотивация сотрудников. В розничной торговле наблюдается высокая текучесть кадров, а количество квалифицированных специалистов ограничено, успешные сотрудники подолгу не задерживаются на низких должностях и стремятся построить карьеру на других предприятиях, если на прежнем месте работы им не предоставляют возможность повышения в должности [6].

Степень эффективности действующей на предприятии системы стимулирования и мотивации персонала оценивается по общим достижениям предприятия на потребительском рынке, по заинтересованности каждого сотрудника в своем профессиональном росте и успехе предприятия. Данная система должна функционировать таким образом, чтобы удерживать наиболее ценных сотрудников.

Как известно, мотивация – это побуждение сотрудников предприятия к интенсивной трудовой деятельности для удовлетворения их личных целей и интересов в совокупности с целями и интересами предприятия. В свою очередь, стимулирование труда – это комплекс мер, которые являются способом удовлетворения потребностей сотрудника, по большей части, материальных. «Мотивация» и «стимулирование» – родственные понятия, но понятие «стимулирование» применимо в первую очередь для обозначения морального или материального вознаграждения, а понятие «мотивация» затрагивает все стороны интересов и поведения сотрудника, включенного в организацию и реализацию торгово-технологического процесса [4].

Для руководства цель мотивации персонала состоит в извлечении максимальной выгоды от использования трудовых ресурсов, что способствует повышению общей эффективности деятельности торгового предприятия и получению прибыли. Проблема мотивации персонала актуальна для многих предприятий, поэтому широко рассматривается в научной экономической литературе. Однако, рядом исследователей отмечено, что сложность организации эффективной системы мотивации персонала обусловлена малоизученностью методов стимулирования и слабым интересом руководства к иным потребностям сотрудников, помимо материальных.

Необходимым условием для успешного функционирования предприятия является сплоченность сотрудников, их нацеленность на достижение общего результата. Каждый сотрудник должен иметь четкое представление о своих обязанностях, о будущих перспективах (личных и коллективных), быть мотивированным на проявление инициативы и самостоятельные действия в рамках своих полномочий. Мотивированный и обученный персонал определяет вектор развития торгового предприятия и его успех на рынке [1].

Обобщение результатов теоретических и практических исследований стимулирования и мотивации персонала торгово-технологического процесса позволили выявить следующие проблемы, связанные с нерационально организованной системой управления персоналом: текучесть кадров; недобросовестное исполнение сотрудником своих обязанностей; отсутствие связи между результатом труда сотрудника и его поощрением; отсутствие возможностей для самореализации сотрудника; конфликты; недостаточная эффективность воздействия руководства на подчиненных; слабый уровень межличностных коммуникаций; отсутствие перспектив карьерного роста; невысокий профессиональный уровень сотрудников; деятельность руководства негативно оценивается персоналом; неподходящий сотруднику психологический климат в коллективе; недостаточное оснащение рабочих мест; сотрудник не оправдывает ожидания руководства [6].

Для разработки рекомендаций по формированию эффективной системы мотивации и стимулирования персонала необходимо проанализировать методы стимулирования, применяемые на предприятиях. На данный момент наиболее продуктивными признаны материальные побудительные меры, предполагающие достойную оплату труда, участие сотрудника в распределении прибыли. Действенны и нематериальные меры, предполагающие активные

социальные коммуникации и коллективную организацию труда. По данным актуальных социологических исследований доход и материальное вознаграждение являются главными факторами заинтересованности сотрудника. Из нематериальных факторов сотруднику важны: доверие руководства, уважение, возможность проявить инициативу, сплоченная команда и удобный график.

Руководителям для эффективного управления персоналом необходимо иметь четкое представление о том, что побуждает персонал к действию. На мотивацию сотрудников оказывают влияние внешние и внутренние факторы мотивации. Внутренние факторы: удовлетворение от выполненной работы; проявление инициативы; самореализация; самоутверждение. К внешним факторам целесообразно отнести: продвижение по карьерной лестнице; статус; признание; доход.

Необходимо отметить, что выбранные методы стимулирования напрямую влияют на мотивацию сотрудников. Чем более подходящим является какой-либо метод для конкретного сотрудника, тем больше он оказывает положительного влияния на его мотивацию. Именно поэтому руководителям необходимо изучать свой персонал, обеспечивать благоприятные условия труда, что в перспективе положительно отразится на функционировании предприятия [3].

Управлять мотивацией персонала на предприятии необходимо, исходя из краткосрочной и долгосрочной перспективы сотрудничества работодателя и сотрудника. Для этого рекомендуется выстраивать оптимальные для обеих сторон отношения, учитывая следующие цели: сотрудников (трудовые, личные, профессиональные); руководства (организационные, личные, трудовые); предприятия (коммерческие).

В зависимости от целей работодателю необходимо формировать у сотрудников долгосрочные и краткосрочные цели мотивации, благодаря этому снизится вероятность возникновения разногласий между руководителем и подчиненным, так как в процессе сотрудничества каждая сторона будет знать, что она хочет получить.

Система мотивации персонала базируется на разнообразных методах. Выбор метода зависит от проработанности системы стимулирования на предприятии, особенностей управления и специфики деятельности самого предприятия. Можно предложить следующие рекомендации, при соблюдении которых будет обеспечено взаимопонимание руководителя и сотрудников, а также созданы условия для эффективной деятельности предприятия: подбор сотрудников должен осуществляться в соответствии с четкими требованиями и критериями к соискателям; в системе управления

предприятием должны быть обозначены установки по выполнению работы и ее оценке; необходимо распределять обязанности между отделами; на предприятии должна действовать система санкций за дисциплинарные нарушения, а также система поощрений [5].

Таким образом, для создания успешной системы мотивации и стимулирования персонала руководитель должен придерживаться определенных правил: обозначить цель, для которой необходим конкретный сотрудник; разработать долгосрочные и краткосрочные планы мотивации персонала, ориентируясь на личные цели и интересы сотрудников, применяя подходящие способы стимулирования; руководитель должен мотивировать подчиненных собственным примером, не допускать ошибок, связанных с управлением персоналом.

Выполнение этих условий должно способствовать упорядоченности работы персонала, а результаты деятельности предприятия станут более эффективными. Доказано, что взаимосвязь мотивации, стимулирования персонала и результатов трудовой деятельности опосредствована приобретенными навыками труда: целями, мотивами, потребностями. Эффективная трудовая деятельность возможна лишь при оптимальной системе мотивации труда.

#### **Список литературы:**

1. Галецкая М. Е. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности в управлении персоналом // Молодой ученый. - 2016. - №7. - С. 810-813.
2. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. Организация, технология и проектирование предприятий в торговле. - 12-е изд., перераб. и доп. М.: Дашков и К, 2018. 456 с.
3. Зайцева, Т.В. Управление персоналом: учебник / Т.В. Зайцева. М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. 336 с.
4. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: учебник. М.: ИНФРА-М, 2018. 695 с.
5. Сотников, С.А. Управление персоналом организации / С.А. Сотников. М.: КноРус, 2013. 512 с.
6. Фролов В.О. Научные подходы к формированию механизма мотивации и управления персоналом // Экономика промышленности. - 2011. - Т. 53. - №1. - С. 246.

## ПРЕИМУЩЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССАМИ В РАМКАХ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА

**Юракова Т.Г., канд. техн. наук, доцент,  
Левецкая К.М., магистрант**  
*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** Разработка и управление процессами компании в рамках интегрированной системы менеджмента. Преимущества для организаций от внедрения систем управления. Наиболее распространенные варианты создания ИСМ.

**Ключевые слова:** интегрированная система менеджмента, система управления, ISO, преимущества от внедрения, разработка ИСМ.

В современных условиях внедрение системы менеджмента дает возможность получить реальный управленческий и экономический эффект, повысить безопасность выпускаемой продукции, обеспечить охрану здоровья и труда персонала и др.

Интегрированная система менеджмента является логичным переходом на новый уровень системного менеджмента, то есть от локальной, автономной системы управления, направленной на достижение целей в одной из сфер деятельности предприятия, к системе менеджмента, которая:

- позволяет объединить в единую систему все взаимосвязанные и взаимодействующие процессы;
- устраняет функциональную разобщенность, противоречия и дублирование во внедряемых на предприятиях системах;
- обеспечивает согласованность действий внутри организации и координированную деятельность по руководству и управлению предприятием.

Внедряя интегрированную систему менеджмента организация получает следующие преимущества:

- способность учитывать интересы всех заинтересованных сторон выше, чем при наличии параллельных систем;
  - обеспечение согласованности действий внутри организации.
- Таким образом усиливается синергетический эффект, который заключается в том, что результат от согласованных между собой действий выше, чем простая сумма отдельных результатов;

- число внешних и внутренних связей гораздо меньше, чем общее число связей при использовании нескольких систем;
- значительно меньший объем документов, чем общий объем документов при использовании нескольких систем;
- появляется возможность добиться более высокой степени персонала в процесс улучшения деятельности компании;
- внедрение ИСМ позволяет минимизировать функциональную разобщенность в компании, которая возникает при разработке параллельных систем менеджмента;
- затраты на разработку, внедрение, сертификацию и использования ИСМ значительно ниже, чем общие затраты при нескольких параллельных системах;
- создание ИСМ менее трудоемко, чем нескольких системах менеджмента.

Стандарты ИСО серии 9000 служат организационно-методической основой при создании интегрированной системы менеджмента. Это обусловлено тем, что базовые принципы и понятия, которые сформулированы в этих стандартах, в наибольшей мере соответствуют понятиям и принципам общего менеджмента.

При разработке ИСМ особую значимость имеет процессный подход, который непосредственно отражает фактически действующие процессы, которые осуществляются в современном бизнесе.

Наиболее распространенным вариантом создания ИСМ является объединение следующих международных стандартов:

- 1) ISO 9001:2015 (ГОСТ Р ИСО 9001-2015) «Системы менеджмента качества. Требования»;
- 2) ISO 14001:2015 (ГОСТ Р ИСО 14001-2016) «Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению»;
- 3) OHSAS 18001:2007 (ГОСТ Р 54934-2012/OHSAS 18001:2007) «Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья. Требования».

ISO 9001:2015 (ГОСТ Р ИСО 9001-2015) «Системы менеджмента качества. Требования» устанавливает критерии системы менеджмента качества. Он может быть использован любой организацией вне зависимости от сферы деятельности. Внедрение ИСО 9001:2015 гарантирует, что клиенты получают высококачественные товары и услуги, которые в свою очередь способствуют получению прибыли компаниями [1].

ISO 14001:2015 (ГОСТ Р ИСО 14001-2016) «Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению» представляет собой международно признанную спецификацию в области систем экологического менеджмента. Реализация требований стандарта формирует на предприятии своеобразный управленческий каркас, позволяющий осуществлять деятельность, оказывая на окружающую среду минимальный отрицательный эффект [2].

OHSAS 18001:2007 (ГОСТ Р 54934-2012/OHSAS 18001:2007) «Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья. Требования». Данный стандарт содержит требования и руководящие указания к разработке и внедрению систем менеджмента промышленной безопасности и охраны труда (СМПБиОТ), применение которой обеспечивает компаниям возможность управлять рисками в системе менеджмента и повышать эффективность её функционирования.

12 марта 2018 года опубликован ISO 45001 «Системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда. Требования и рекомендации по применению» – первый международный стандарт по системе охраны труда и производственной безопасности, который обобщил современные мировые практики по обеспечению безопасного труда, который заменяет собой стандарт BS OHSAS 18001. Дается трехлетний переходный период со дня опубликования стандарта [3].

Можно выделить следующие основные отличия ISO 45001 от OHSAS 18001:

- структура ИСО 45001 построена в соответствии с Annex SL. Annex SL – это приложение к Директивам ISO, которое частично унифицирует содержание всех стандартов на системы менеджмента организации;
- введены стандартные термины в соответствии с Annex SL;
- добавлены положения о процессном подходе в ходе разработки и внедрения системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья;
- добавлена концепция подхода на основе управления рисками, которая тесно связана со «средой организации»;
- добавлены требования к идентификации компетентности и осведомленности, которые необходимы сотрудникам для выполнения поставленных задач и для достижения удовлетворительных результатов СМБТиОЗ;

– добавлены требования к идентификации и поддержанию в организации знания, которые нужны для безопасной и здоровой рабочей среды;

– ISO 45001 требует установить тип и детализацию контрольных механизмов в контексте СМБТиОЗ, которые предусмотрены в компании для управления внешними поставщиками.

Как известно, основным бизнес-процессом предприятия является производство продукции или оказания услуги.

До сих пор качество процесса производства определялось исключительно технологическим качеством, которое отражалось в качестве продукта, представляемого на рынке. Теоретически, технологический процесс должен протекать в заданных условиях, однако в действительности он сопровождается многочисленными рисками, которые влияют на достижение поставленных целей.

Таким образом, необходимо контролировать процесс производства путем измерения текущих значений, описывающих состояние процесса и устройств, подтверждающих соответствие полученных значений с принятыми критериями. Также необходимо проводить постоянный мониторинг, позволяющий идентифицировать нарушения в протекании процесса, а также контроль, направленный на стабилизацию.

Однако, следует принять во внимание, что управление процессом, которое интерпретируется как контроль качества, уже сегодня заменяются интегрированным управлением процессом, в рамках которого контроль охватывает также факторы окружающей среды и те, которые касаются безопасности труда. Основа такой интеграции в управлении создала в организациях интегрированный процессный подход, обеспечивающий идентификацию входных и выходных данных процессов [4].

Требования, установленные стандартами ISO 9001:2015, ISO 14001:2015 и ISO 45001:2018, направлены на обеспечение не только совместимости структур, которые будут поддерживать процесс интеграции, но также и процесса, учитывающего сопутствующие риски и контроль этих процессов в ситуациях, когда в окружающей среде присутствуют факторы, влияющие на процесс.

На сегодняшний день применяется единый шаблон ISO для всех разрабатываемых стандартов, который получил название HLS (High level structure – структура верхнего уровня). Благодаря этому ISO 9001:2015 имеет теперь примерно 30% общего содержимого с остальными стандартами MSS ISO. К тому же, общие с прочими нормативами заголовки, разделы и термины в ISO 9001:2015 получили

одинаковые с аналогичными заголовками и разделами в других стандартах номера. Это облегчает при интеграции систем менеджмента то самое «отбрасывание» одинакового непротиворечивого содержимого.

Сложность в интеграции состоит в том, что теперь организации необходимо выполнить требования всех трех стандартов, применительно к своему предприятию [5].

После внедрения интегрированной системы менеджмента, компания получает преимущества каждого из примененных стандартов.

В основе всех стандартов лежит цикл PDCA «Планируй, Делай, Проверь, Действуй». Но для предприятий промышленности этот цикл имеет не менее огромное значение, чем для стандарта ISO 9001:2015. Очевидно, что планировать перед тем, как делать, анализировать, а потом вносить изменения, – все это на порядок повышает продуманность и качество конечной продукции. Точно так же обстоит дело с требованием ISO 9001:2015 запрашивать все время мнение потребителя о продукции и работе. Выполнение этого требования направляет предприятие на приоритетный учет объективно наиболее важного фактора для жизненного цикла продукции – потребителя.

Соблюдать требования новых стандартов непросто, особенно в рамках технологического контроля. Несмотря на то, что оперативный контроль уже был элементом стандарта ISO 14001: 2004, а контроль качества процесса был записан в требованиях, установленных стандартом ISO 9001: 2008, требования, касающиеся оперативного контроля в пределах OHSAS 18001 и интегрированного управления не было. Поэтому организации ищут «индивидуальные», собственные решения, которые позволили бы - на основе критерия риска - мониторинг эксплуатационных параметров, имеющих значимый характер для интегрированной системы управления [6].

Интегрирование систем менеджмента (качества, экологии, безопасности и социальной ответственности, безопасности продуктов питания и др.), отвечающих требованиям международных стандартов, следует рассматривать как предпосылку для устойчивого развития организации.

### Список литературы:

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования. М.: Изд. Стандартиформ, 2015. 32 с.
2. ГОСТ Р ИСО 14001-2015 Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению. М.: Изд. Стандартиформ, 2016. 40 с.
3. ISO 45001:2018 Occupational health and safety management systems Requirement with guidance for use. Geneva: ISO, 2018. 52 с.
4. Интернет-ресурс «ISO» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iso.org/ru/iso-9001-quality-management.html>. – (Дата обращения: 12.01.2019).
5. Интернет-ресурс «Science direct» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com>. – (Дата обращения: 22.12.2018).
6. Интернет-ресурс «Larco» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://larco.com>. – (Дата обращения: 29.01.2019).

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РФ

Ярошенко Л.И., ст. преподаватель,

Демура Н.А., ст. преподаватель

*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию особенностей трансформации экономики России при переходе к цифровой экономике. Выявлены основные направления процесса цифровизации экономики, отмечен вклад цифрового сектора в национальную экономику, обозначены некоторые наиболее значимые риски и угрозы, предотвращение которых будет способствовать реализации принципов цифровой экономики.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, информационные технологии, ИКТ, цифровая инфраструктура, программное обеспечение, цифровые технологии.

Глобальное распространение интернета и других современных информационных технологий - реальность нашего времени. Они выступают в качестве основы развития цифровой экономики, которая охватывает различные сферы деятельности. Все многообразие происходящих процессов экономической и общественной трансформации в европейских странах принято называть «цифровой экономикой» или четвертой промышленной революцией [1], американские эксперты применяют термин - API (Application Programming Interface) экономика.

Всемирный банк трактует цифровую экономику как совокупность разнообразных экономических отношений, которые приводят к сокращению длинных цепочек посредников, использующих интернет, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), что ускоряет связи между компаниями, банками, правительством, населением, а также сделки и операции аренды, кредита, купли-продажи, уплаты налогов, платежей и расчетов и пр. [2]

Определение термина «цифровая экономика» в нашей стране официально закреплено законодательством в Указе Президента РФ от 9 мая 2017 года № 203 «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» и в Распоряжении Президента РФ от 28 июля 2017 года № 1632-р «Цифровая экономика Российской Федерации». Как известно, под цифровой экономикой понимают вид экономической деятельности, в которой важнейший и по

сути ключевой фактор производства - это данные, представленные в цифровом виде, обработка больших объемов информации и использование полученных результатов анализа в сравнении с традиционными формами хозяйствования дают возможность существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования. [3]

В качестве основных направлений процесса цифровизации экономики можно считать следующие:

-повсеместное и всеохватывающее внедрение электронных денег (денежной массы), а также интернет-продаж;

-переход на предоставление широкого круга услуг населению в системе удаленного on-line доступа;

-создание широкого круга высококонкурентных производств и технологий, которые будут способны значительно расширить рынки сбыта продукции (нейротехнологии и искусственный интеллект, развитие квантовых технологий, совершенствование робототехники и сенсорики, создание принципиально новых производственных технологий и др. [4]

Переход к цифровой (электронной) экономике обусловлен тем, что после глобального финансово-экономического кризиса 2007-2009 годов остро проявилась необходимость перехода к новой модели роста, так как потенциал роста производительности труда в рамках существующего технологического уклада был исчерпан.

Таким образом, кризис стал отправной точкой в формировании новых и разрушении старых финансовых, экономических и технологических структур.

Цифровая экономика выступает как глобальный проект использования ИКТ в качестве всеобъемлющей инфраструктуры, на основе которой могут создаваться новые формы деятельности в организации бизнеса, производстве, финансовой и общественной сфере. По сути, это формирование и развитие нового экономического уклада, основанного на мировой цифровой инфраструктуре.

Цифровые технологии сегодня играют ключевую роль в повышении конкурентоспособности экономики и в стимулировании экономического роста многих стран. По аналогичному сценарию проходит развитие и отечественной экономики.

Широкое использование цифровых технологий способствует модернизации традиционных отраслей экономики, а также приводит к созданию новых, что служит базой для экономического роста;

позволяет использовать эти конкурентные преимущества для укрепления позиций от всем мировом пространстве.

Внедрение новых цифровых технологий повышает производительность труда, уменьшает издержки бизнеса, повышает доступность информации и снижает барьеры входа на новые рынки – и, как результат, оказывает мультипликативный эффект на развитие экономики в целом.

Осознавая огромное значение цифровых технологий, многие страны принимают комплексные меры по ускорению цифрового развития. Так, по данным ОЭСР 32 из 36 стран-членов организации, а так же 6 стран-партнеров разработали и реализуют национальные цифровые стратегии. Масштабные программы по развитию цифровизации действуют в США странах ЕС и Китае. В России правительственной комиссией по использованию информационных технологий был утвержден план развития цифровой экономики до 2020 года бюджетное финансирование плана составит 520 млрд. руб.

Показателем, демонстрирующим достигнутый уровень развития цифровой экономики, является доля ее в ВВП страны.

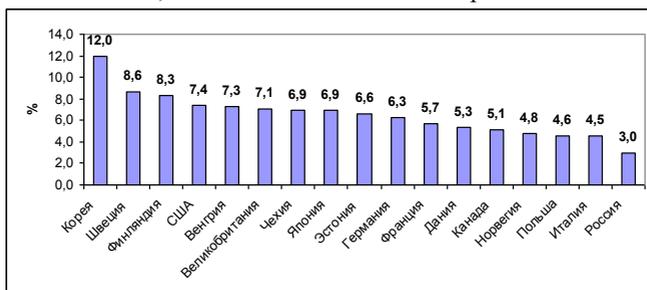


Рисунок 1 - Доля цифрового сектора в ВВП, %, 2017г. [5]

Вклад цифрового сектора (производство и торговля ИТ-оборудованием, сервисы и услуги, разработка программного обеспечения и цифровых товаров, телекоммуникации) в экономику России невелик по сравнению с экономиками развитых стран. Так, в 2017 г. его доля в экономике составила 3% ВВП. За период с 2010 по по 2017 гг. наблюдался непрерывный рост ее доли. Одновременно в большинстве развитых стран цифровой сектор в среднем составляет 6-7% ВВП. Так, во Франции - 5,7%, в Германии - 6,3%, в Великобритании - 7,1%, в США - 7,4%, Швеции - 8,6%. В абсолютном выражении цифровой сектор России также относительно невелик - в 2017 г. его

размер составил 2,5 трлн руб. (по ППС 103 млрд дол.). В то же время в Японии при сопоставимой численности населения размер цифрового сектора больше почти в 3,5 раза (355 млрд дол. США по ППС), а в США при вдвое большем населении - в 13 раз (1 348 млрд дол. США).

Еще одним показателем, который отражает уровень цифровизации, можно считать долю внутренних затрат на исследования и разработки в ВВП.

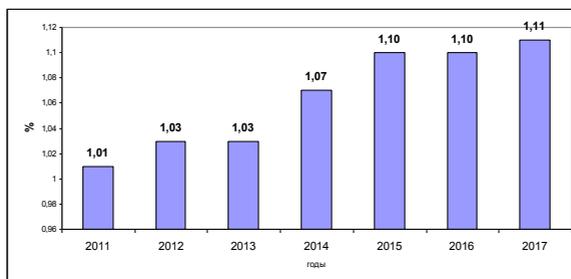


Рисунок 2 - Доля внутренних затрат на исследования и разработки в ВВП по Российской Федерации, % [6]

За период 2011 - 2017 гг. доля соответствующих затрат в ВВП неуклонно росла, что так же обусловлено необходимостью реализации поставленных в программах задач. Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в валовом внутреннем продукте составляет чуть более 21%. В настоящий момент Россия существенно уступает развитым странам по уровню развития цифрового сектора.

В РФ наблюдается довольно низкий уровень использования населением цифровых технологий в важнейших аспектах социально-экономической жизни (осуществление покупок, проведение финансовых операций, поиск работы, получение образования). Интеграция цифровых технологий в российский бизнес также находится на относительно низком уровне.

Рост цифровой экономики, вместе с тем, процесс сложный и неоднозначный. Он вызывает определенные риски и угрозы. Выделим некоторые, наиболее значимые, предотвращение которых будет способствовать реализации принципов цифровой экономики.

Бурный рост количества преступлений в кибер-пространстве, утечка информации, распространение программ-вымогателей, которые наносят огромный ущерб, что стимулирует инвестировать в

информационную безопасность и отвлекать огромные средства из процесса производства.

Другая угроза, рожденная цифровой экономикой - высвобождение огромного количества работников в связи с автоматизацией производственных процессов и заменой людей роботами [7].

Применение новых (цифровых) технологий ограничено зачастую высокой их начальной стоимостью.

Широкомасштабному применению цифровых технологий также мешает неразвитость законодательной базы и низкий уровень координации государственных документов в разных министерствах.

Состояние нецифровой экономики полностью задает возможность наращивания цифровой. Следовательно, она является своеобразным ограничителем роста.

Основной рост «цифровой экономики» связан с цифровизацией государства, созданием новых фискальных систем.

Неблагоприятная структура инвестиций в старые и новые технологии и другие.

#### **Список литературы:**

1. Кошовец О.Б., Ганичев Н.А. Глобальная цифровая трансформация и ее цели: декларации, реальность и новый механизм роста // Экономическая наука современной России. 2018. № 4 (83). С. 126-140.
2. Абрамовских Л., Бабенко А. О возможности использования цифровых технологий как основа перехода на интенсивный путь развития // Экономист. 2018. № 8. С. 17-26.
3. Антипина Н.И. Трансформация российского бизнеса в условиях перехода к цифровой экономике: отраслевой и региональный аспекты // Экономическая наука современной России. 2018. № 2 (81). С. 102-111.
4. Аракелян С. Цифровая экономика: стратегия развития и новые технологии - достижения, риски, угрозы. // Экономист. 2018. № 10. С. 52-71.
5. Россия: от цифровизации к цифровой экономике. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stolypin.institute/institute/rossiya-ot-tsifrovizatsii-k-tsifrovoy-ekonomike/>.
6. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru).
7. Демура Н.А., Ярмоленко Л.И., Шагабудинова А.Р. Инновации как фактор производительности труда // Актуальные проблемы правового, экономического и социально-психологического знания: теория и практика материалы международной научно-практической конференции. 2017. С. 81-85.