

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
МЕНЕДЖМЕНТА:
НОВЫЕ МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ
УПРАВЛЕНИЯ В РЕГИОНАХ**

**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
Санкт-Петербург, 15 ноября 2019 г.**



СКИФИЯ
принт

Санкт-Петербург
2020

Маргания О. Л. – кандидат экономических наук, профессор; Кузнецов Ю. В. – доктор экономических наук, профессор; Маленков Ю. А. – доктор экономических наук, профессор; Соколова С. В. – доктор экономических наук, профессор; Анохина Е. М. – кандидат географических наук, доцент; Жигалов В. М. – кандидат экономических наук, доцент; Кайсарова В. П. – кандидат экономических наук, доцент; Кизян Н. Г. – кандидат экономических наук, доцент; Меля-кова Е. В. – кандидат экономических наук, доцент; Данюкова В. Н. – ст. лаборант

Рецензент: Коростышевская Е. М. – доктор экономических наук, профессор СПбГУ

А43 Актуальные проблемы менеджмента: новые методы и технологии управления в регионах: Материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 15 ноября 2019 г. — СПб.: Скифия-принт, 2020, 362 стр.

ISBN 978-5-98620-424-6

Сборник содержит материалы докладов ученых, преподавателей высшей школы, руководителей и специалистов различных организаций, представленных ими на международную научно-практическую конференцию «Актуальные проблемы менеджмента: новые методы и технологии управления в регионах» и направленных на формирование новых подходов к управлению в регионах России, в том числе, на уровне предприятий.

В сборнике анализируются современные условия управления организациями на разных уровнях, требования к менеджерам и используемым методам и технологиям управления, направленным на решение стратегических проблем развития регионов и организаций, включая достижение и повышение стратегической устойчивости.

SAINT PETERSBURG STATE UNIVERSITY

**CURRENT ISSUES OF MANAGEMENT:
NEW METHODS AND TECHNOLOGIES OF
MANAGEMENT IN REGIONS**

**ABSTRACTS OF THE INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND
PRACTICAL CONFERENCE
St. Petersburg, November, 15th, 2019**



СКИФИЯ
принт

St. Petersburg
2020

Editorial board: O. Marganiya PhD in Econ. Sc., Prof.; Y. Kuznetsov, Dr. of Econ. Sc., Prof.; Y. Malenkov, Dr. of Econ. Sc., Prof.; S. Sokolova, Dr. of Econ. Sc., Prof.; E. Anokhina, PhD in Geogr., Assoc. Prof.; V. Zhigalov, PhD in Econ. Sc., Assoc. Prof.; V. Kaisa-rova, PhD in Econ. Sc., Assoc. Prof.; N. Kizyan, PhD in Econ. Sc., Assoc. Prof.; E. Melyakova, PhD in Econ. Sc., Assoc. Prof.; V. Danyukova, Senior Assistant

Reviewer: E. Korostyshevskaya, Dr. of Econ. Sc., Professor of SPbSU

Current issues of management: new methods and technologies of management in regions: Abstracts of the international scientific and practical conference. St.-Petersburg, 15 November, 2019. – St. Petersburg: Skifia-print, 2020, 362 p.

ISBN 978-5-98620-424-6

This collection contains abstracts of scientists, higher school teachers, managers and specialists of different organizations presented at the international scientific and practical conference «Current issues of management: new methods and technologies of management in regions» and focused on forming new approaches to management in regions of Russia including the level of enterprises.

The authors of articles analyze modern conditions of management in organizations at different level, requirements to managers and methods and technologies of management focusing on strategic aspects of regions and organizations development and strategic sustainability increase.

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENT

КУЗНЕЦОВ Ю. В. К 100-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ Н. А. МОИСЕЕНКО	18
KUZNETSOV Y. V. CENTENARY OF THE N. A. MOISEENKO BIRTH.....	18
МАЛЕНКОВ Ю. А. О РАЗРАБОТКЕ НОВОЙ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И РЕГИОНОВ	21
MALENKOV Y. A. NEW THEORY AND METHODOLOGY OF STRATEGIC SUSTAINABILITY OF ENTERPRISES AND REGIONS EVALUATION	21
БЕЗДЕНЕЖНЫХ Т. И. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ РЫНКА ТРУДА: УГРОЗЫ И НАПРАВЛЕНИЯ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ	25
BEZDENEZHNYKH T. I. REGIONAL FEATURES OF LABOR MARKET DIGITALIZATION: THREATS AND DIRECTIONS OF NEUTRALIZATION.....	25
ГОЛУБЕЦКАЯ Н. П., УШАКОВА Е. В., ЧИРКОВА Т. В. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ РЕГИОНОВ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ	28
GOLUBETSKAYA N. P., USHAKOVA E. V., CHIRKOVA T. V. ORGANIZATIONAL STRUCTURES OF INNOVATIVE ACTIVITY MANAGEMENT OF RUSSIAN REGIONS IN MODERN GEOPOLITICAL CONDITIONS	28
СОКОЛОВА С. В. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ СОГЛАСОВАНИЕМ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ	31
SOKOLOVA S. V. METHODOLOGICAL BASES OF TECHNOLOGY DEVELOPMENT OF MANAGEMENT OF ECONOMIC INTERESTS COORDINATION.....	31
АЛПАТОВ Г. Е., ЗВЕРЕВА А. А. ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ РОССИЙСКИМ РЫНКОМ ТРУДА: КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.....	34
ALPATOV G. E., ZVEREVA A. A. RUSSIAN LABOR MARKET MANAGEMENT TOOLS: CRITICAL ANALYSIS.....	34
КОРОСТЫШЕВСКАЯ Е. М., ЧУДАКОВ А. Ю. ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	37
KOROSTYSHEVSKAYA E. M., CHUDAKOV A. Y. PRINCIPLES OF INNOVATION MANAGEMENT IN THE GLOBAL ECONOMY.....	37
МАКСИМОВ С. Н. УПРАВЛЕНИЕ ПРОГРАММАМИ РЕДЕВЕЛОПМЕНТА ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	40
MAKIMOV S. N. MANAGEMENT OF URBAN REDEVELOPMENT PROGRAMS: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE	40
ПАХОМОВА Н. В., АВДЕЕВА Е. К. ИНДЕКС КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ СЕКТОРА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РОССИИ ...	43
PAKHOMOVA N. V., AVDEEVA E. K. COMPETITIVENESS INDEX AS A TOOL FOR EVALUATING THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST SERVICES SECTOR IN RUSSIA.....	43
ХАЛИН В. Г., ЧЕРНОВА Г. В. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ	46
KHALIN V. G., CHERNOVA G. V. QUANTITATIVE METHODS FOR ESTIMATING MANAGEMENT QUALITY IN THE RUSSIAN HIGHER SCHOOL	46

ЧЕБЕРКО Е. Ф., ЧИПЧИКОВА М. Р. ВЛИЯНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА НА НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	49
СНЕВЕРКО Е. Ф., СНІРСНІКОВА М. R. THE IMPACT OF TECHNOLOGICAL PROGRESS ON THE DIRECTIONS OF STATE SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES.....	49
РУМЯНЦЕВ А. А. НОВЫЕ ОБЪЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В РЕГИОНАХ СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ.....	52
RUMYANTSEV A. A. NEW OBJECTS OF INNOVATIVE ACTIVITY MANAGEMENT IN THE REGIONS OF THE NORTH-WEST OF RUSSIA	52
БУЛЕТОВА Н. Е. РАЗВИТИЕ «SHARING ECONOMY» НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ: ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И БЕЗОПАСНОСТИ.....	55
BULETOVA N. E. DEVELOPMENT OF SHARING ECONOMY AT THE REGIONAL LEVEL: MANAGEMENT AND SECURITY ISSUES.....	55
ВАСИЛЕНКО Н. В. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОСИСТЕМНЫМИ УСЛУГАМИ В РЕГИОНЕ... 58	58
VASILENKO N. V. ECOSYSTEM SERVICES CONTROL IN THE REGION.....	58
ВАСИЛЕНКО В. Л., ГУСЕЙНОВА И. В. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	61
VASILENOK V. L., GUSEINOVA I. V. FEATURES OF CHANGE MANAGEMENT IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN ECONOMY.....	61
ДАВЫДОВСКИЙ Ф. Н., ВЕЛИЧКО Е. А. НОРМАТИВНАЯ МОДЕЛЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАБОТНИКОВ КАК СПОСОБ ВНЕДРЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ	64
DAVYDOVSKY F. N., VELICHKO E. A. WORKERS NORMATIVE MODEL AS A WAY TO IMPLEMENT PROFESSIONAL STANDARDS	64
ДЕРЕН И. И. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ РЕКЛАМЫ ПРОДУКЦИИ, ПРОИЗВОДИМОЙ УЧРЕЖДЕНИЯМИ УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ.....	68
DEREN I. I. MANAGEMENT OF ADVERTISING PROCESSES OF PRODUCTS PRODUCED BY INSTITUTIONS OF THE PENAL SYSTEM.....	68
ИВАНОВ М. Ф., ЛИТВИНОВ Р. В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ И ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ВОССТАНОВЛЕНИЕМ РАЗРУШЕННОГО ЖИЛИЩНОГО ФОНДА НА ТЕРРИТОРИЯХ С ОСОБЫМ СТАТУСОМ	71
IVANOV M. F., LITVINOV R. V. IMPROVEMENT OF RESTORATION MANAGEMENT METHODS AND TECHNOLOGIES OF THE DESTROYED HOUSING STOCK IN TERRITORIES WITH THE SPECIAL STATUS	71
КАПУСТИНА Н. В., АБДУЛРАГИМОВ И. А. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ СИСТЕМЫ ХРАНЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ.....	73
KAPUSTINA N. V., ABDULRAGIMOV I. A. INSTITUTIONAL SUPPORT FOR THE MANAGEMENT OF THE FORMATION OF THE STORAGE SYSTEM OF AGRICULTURAL PRODUCTS.....	73

КЛЕЙМАН А. А., БАБАНЧИКОВА О. А. ЦИФРОВИЗАЦИЯ - ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА	76
KLEIMAN A. A., BABANSHIKOVA O. A. DIGITALIZATION IS THE MOST IMPORTANT DIRECTION OF IMPROVING TECHNOLOGY AND INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE TOURISM BUSINESS	76
КОВАЛЕНКО Б. Б. МЕНЕДЖМЕНТ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ОТ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ К НОВЫМ МОДЕЛЯМ РОСТА	79
KOVALENKO B. B. MANAGEMENT OF DIGITAL TRANSFORMATION PROCESSES: FROM ORGANIZATIONAL CHANGES TO NEW MODELS OF GROWTH	79
КУКЛИНА Е. А., МИЦЕЛОВСКАЯ О. С. К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА РЕГИОНА	82
KUKLINA E. A., MITSELOVSKAYA O. S. EVALUATING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF INNOVATIVE ACTIVITY IN THE AREA OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES OF THE REGION	82
ЛЕВИЗОВ В. А., ПРАВЕДНЫЙ Ф. К. ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В УПРАВЛЕНИИ ВУЗОМ.....	85
LEVIZOV V. A., PRAVEDNIY F. K. APPLICATION OF LEAN PRODUCTION CONCEPT IN HIGHER EDUCATION MANAGEMENT	85
МАГОМЕДОВ М. Н., НОСКОВА Н. А. СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ	88
MAGOMEDOV M. N., NOSKOVA N. A. SAVING CULTURAL IDENTITY OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE MODERN CONTEXT OF MANAGEMENT	88
МИТРОВИЧ С. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ	91
MITROVIC S. NEW INFORMATION TECHNOLOGIES IN DEVELOPMENT OF ECONOMIC ANALYSIS	91
МОЛЧАНОВ И. Н. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ	94
MOLCHANOV I. N. REGIONAL FEATURES OF FINANCING THE SPHERE OF EDUCATION.....	94
ОВЧИННИКОВ В. Н., КЕТОВА Н. П. ТЕЛЕОЛОГИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА – МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОСНОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ДИАГНОСТИКИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ	97
OVCHINNIKOV V. N., KETOVA N. P. TELEOLOGY PARADIGM AS A METHODOLOGY BASIS OF FUNCTIONAL DIAGNOSTICS OF MANAGEMENT SYSTEMS.....	97
ОМАРОВ М. М., АФАНАСЬЕВА Е. С. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ: ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА И ИНСТРУМЕНТАРИИ	103
OMAROV M. M., AFANASYEVA E. S. FOREIGN PRACTICE OF MANAGING MARKETING IN THE ENTERPRISE: STRATEGIC APPROACHES AND TOOLS.....	103

ОРЛОВА В. А., ОСМОЛОВСКАЯ А. И. ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ РИСК-ФАКТОРОВ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	107
ORLOVA V. A., OSMOLOVSKAYA A. I. EFFECTIVE MANAGEMENT OF RISK FACTORS IN THE FORMATION OF RESOURCE BASE OF COMMERCIAL BANK.....	107
ФЕДОТОВА Г. В. ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	110
FEDOTOVA G. V. FEATURES OF DIGITAL TRANSFORMATION OF MODERN PUBLIC ADMINISTRATION	110
ФОМЕНКО Н. М. УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ КАК БАЗОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ НОВОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА.....	113
FOMENKO N. M. KNOWLEDGE MANAGEMENT AS A BASIC COMPONENT OF THE NEW TECHNOLOGICAL ORDER.....	113
ЧАРАЕВА М. В. ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОГРАММИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	116
CHARAEVA M. V. QUALITY INCREASE OF PROGRAMMING FINANCIAL ASPECTS OF ENTERPRISES DEVELOPMENT IN AGRICULTURAL SECTOR OF ROSTOV REGION.....	116
ШАПИРО Н. А., КУГАНСКАЯ М. Ю. ПРОБЛЕМЫ ВОСПРОИЗВОДСТВА И УПРАВЛЕНИЯ В РАБОТАХ Н. А. МОЙСЕЕНКО (ИСТОРИЧЕСКИЕ И АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ)	119
SHAPIRO N. A., KURGANSKAYA M. Y. PROBLEMS OF REPRODUCTION AND MANAGEMENT IN THE WORKS BY N. A. MOISEENKO (HISTORICAL AND CONTEMPORARY ASPECTS)	119
ДОЛИНИНА Т. Н. ОПЛАТА ТРУДА И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПАТТЕРН.....	122
DOLININA T. N. LABOR PAYMENT AND WAGES: FUNCTIONAL PATTERN.....	122
КЛИМОВИЧ Л. К. ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ РЕГИОНА	126
KLIMOVICH L. K. OPTIMIZATION GOVERNANCE STRUCTURES OF SERVICES OF THE REGION	126
АНОХИНА Е. М., МЕЛЯКОВА Е. В. СТРАТЕГИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЕГО ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	129
ANOKHINA E. M., MELYAKOVA E. V. STRATEGIC SUSTAINABILITY OF THE REGION ENTERPRISES AS AN IMPORTANT COMPONENT OF ITS INVESTMENT ATTRACTIVENESS AND ECONOMIC GROWTH.....	129
ВОРОБЬЕВА И. В. ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ КАК ФАКТОР РОССИЙСКО - КИТАЙСКОГО ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА	134
VOROBIEVA I. V. TERRITORIAL BRANDING AS THE RUSSIAN-CHINESE CROSS-BORDER COOPERATION FACTOR IN TOURISM.....	134

ДАВЫДЕНКО Е. А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДАМИ ПОСРЕДСТВОМ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ НЕЙРОМАРКЕТИНГА	137
DAVYDENKO E. A. IMPROVING THE PROCESS OF BRAND MANAGEMENT THROUGH THE USE OF NEUROMARKETING TOOLS	137
ЖИГАЛОВ В. М. ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ИХ ОЦЕНКА.....	140
ZHIGALOV V. M. SUSTAINABILITY FACTORS OF PSKOV REGION AND THEIR ASSESSMENT	140
КАЙСАРОВА В. П., КАЙСАРОВ А. А. РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ДЕПРЕССИВНОГО РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ	144
KAISAROVA V. P., KAISAROV A. A. DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE DEPRESSED REGION IN THE CONDITIONS OF ECONOMY DIGITALIZATION... ..	144
КАЛАЙДА С. А., МАЛОВА И. В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ РОССИЙСКИХ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	147
KALAYDA S. A., MALOVA I. V. IMPROVEMENT OF APPROACHES TO MANAGEMENT OF RUSSIAN INSURANCE COMPANIES FINANCIAL STABILITY	147
КИРИЛЛОВ А. Т. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА	150
KIRILLOV A. T. INTERNET APPLYING IN INTERNATIONAL TOURISM MARKET RESEARCH	150
МАСЛОВА Е. В. ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	152
MASLOVA E. V. INFLUENCE OF ECONOMIC INTERESTS ON THE FORMATION OF THE ORGANIZATION MANAGEMENT MODEL.....	152
МИХЕЕВА Д. Г. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ РФ	155
MIKHEEVA D. G. PROBLEMS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES DEVELOPMENT IN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION.....	155
НЕСТЕРЕНКО Н. Ю. ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	158
NESTERENKO N. Y. TRANSFORMATION OF THE ENTERPRISES COST MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TECHNOLOGIES DEVELOPMENT	158
ПОЛЯКОВ Н. А. ПОТЕНЦИАЛ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РФ	159
POLYAKOV N. A. POTENTIAL OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ARCTIC ZONE	159
СОЛОВЬЕВА О. А. ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО СООБЩЕСТВА В СИСТЕМЕ ПАРТИЦИПАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	163
SOLOVYEVA O. A. ECONOMIC AND LEGAL REGULATION OF THE NATIONAL BUSINESS COMMUNITY IN THE PARTICIPATORY MANAGEMENT SYSTEM.....	163

ТЕРЕНТЬЕВА Т. О., КУРТСЕИТОВА Л. Т. НАЛОГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НДС НА МИКРО- И МАКРОУРОВНЕ	165
TERENTYUEVA T. O., KURTSEITOVA L. T. TAX MANAGEMENT OF VAT AT MICRO AND MACRO LEVEL	165
АЛЕКСЕЕВА И. А. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	168
ALEKSEEVA I. A. MODERN METHODS OF HUMAN CAPITAL MANAGEMENT IN HIGHER EDUCATION	168
АЛЕКСИНА И. С., АФАНАСЬЕВА Е. С. ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ, КРИТЕРИИ И СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ	171
ALEKSINA I. S., AFANASYEVA E. S. KEY SOURCES, CRITERIA AND METHODS FOR PRODUCING MARKET INFORMATION	171
АНЖЕЛЬСКАЯ И. В. РИСКИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	174
ANZHELSKAYA I. V. RISKS OF FUNCTIONING PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE RUSSIAN HEALTH SYSTEM	174
АНИКИНА Ж. П., РЫБАКОВА Э. В. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В IT-КОМПАНИИ	177
ANIKINA J. P., RYBAKOVA E. V. MANAGEMENT OF MARKETING ACTIVITIES IN IT COMPANY	177
АНИЧКИНА О. А., КУЗЬМИНА А. О. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ ХРАНЕНИЯ ПРОДУКЦИИ АПК ..	180
ANICHKINA O. A., KUZMINA A. O. BASIC MANAGEMENT PRINCIPLES OF A MODERN SYSTEM FORMATION OF AGRICULTURAL PRODUCTS STORAGE	180
ГАГУЛИНА Н. Л. МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИКИ КАЧЕСТВА В ПОВЫШЕНИИ УПРАВЛЯЕМОСТИ БОЛЬШИХ СИСТЕМ	182
GAGULINA N. L. METHODOLOGY OF QUALITY ECONOMICS IN INCREASING MANAGEMENT OF BIG SYSTEMS	182
ГОНТАРЬ А. А. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	185
GONTAR A. A. STRATEGIC MANAGEMENT AS AN INSTRUMENT OF ECONOMIC SECURITY OF CREDIT ORGANIZATION	185
ДОЛМАТОВА Г. Е., КВАША А. Г. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	187
DOLMATOVA G. E., KVASHA A. G. THE ROLE OF INFORMATION SUPPORT IN THE FINANCIAL ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE	187
КЛЮЕВ К. В. РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА: ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ	189
KLYUEV K. V. ROLE OF INTELLECTUAL CAPITAL: PROSPECTS OF FORMATION AND DEVELOPMENT	189
МАКЛАКОВА Е. А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	192

МАКЛАКОВА Е. А. PROBLEMS OF LABOR POTENTIAL FORMATION AND REALIZATION OF THE ORGANIZATION IN MODERN CONDITIONS	192
НЕГРЕЕВА В. В., АЛЕКСАШКИНА Е. И. ЦЕЛЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ ПРОГРАММЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ ОРГАНИЗАЦИИ.....	195
NEGREEVA V. V., ALEKSASHKINA E. I. TARGET INDICATORS OF THE ORGANIZATION SOCIAL IMPROVEMENT PROGRAM	195
ПОДОБЕД Н. А. КЛАСТЕРНОЕ РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЕАЭС: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ	198
PADABED N. A. CLUSTER DEVELOPMENT OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS INFRASTRUCTURE OF THE EAEU: ECONOMIC AND SOCIAL EFFECT	198
ПРИГУЛЬНЫЙ А. Г. СОВРЕМЕННОЕ ЛИДЕРСТВО: ОТ ВЛАСТИ И ПОДЧИНЕННОСТИ К КОЛЛАБОРАЦИИ И КОМАНДНОЙ РАБОТЕ	201
PRIGULNY A. G. MODERN LEADERSHIP: FROM POWER AND SUBORDINATION TO COLLABORATION AND TEAM WORK	201
ПУГАЧЕВ А. А., КОПТЕВА В. А. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ РЕЗИДЕНТАМ ТЕРРИТОРИЙ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ, СОЗДАВАЕМЫХ В МОНОПРОФИЛЬНЫХ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	204
PUGACHEV A. A., KOPTEVA V. A. EFFICIENCY ASSESSMENT OF TAX PRIVILEGES TO RESIDENTS OF TERRITORIES OF ADVANCED SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT GENERATED IN MONOPROFILE MUNICIPAL FORMATIONS OF YAROSLAVL REGION.....	204
ПУГАЧЕВ А. А., МАЛАХОВА А. И. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ НАЛОГОВЫХ СЕРВИСОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ФНС РОССИИ.....	207
PUGACHEV A. A., MALAKHOVA A. I. DIGITAL TRANSFORMATION OF TAX SERVICES AS A FACTOR TO IMPROVE THE QUALITY OF RUSSIAN FEDERAL TAX SERVICE PROVISION	207
ПУГАЧЕВ А. А., НАЗАРОВ Э. Э. ФИНАНСОВАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА НАЛОГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ (НА ПРИМЕРЕ АО «РН-ЯРОСЛАВЛЬ»).....	210
PUGACHEV A. A., NAZAROV E. E. FINANCIAL PERFORMANCE OF ORGANIZATIONS AND ITS IMPACT ON A REGION TAX CAPACITY (EXAMPLE OF JSC «RN-YAROSLAVL»).....	210
РУДЕНОК О. Ю. ЗНАЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ	213
RUDENOK O. Yu. IMPORTANCE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP FOR THE DEVELOPMENT OF REGIONS	213
РУСТАМОВА И. Т. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ....	215
RUSTAMOVA I. T. BASES OF SERVICE ENTERPRISES INTANGIBLE ASSETS MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF ECONOMY DIGITALIZATION	215
РЯЗАНОВ А. А. ЭНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ КАК РЕСУРСНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ	219

RYAZANOV A. A. ENERGY MANAGEMENT AS A RESOURCE DIRECTION OF COMPETITIVENESS MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEM	219
СТЕПАНОВА Т. В. ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	222
STEPANOVA T. V. FEATURES OF REGIONAL PRICING	222
ТЕРТЫШНИК М. И. УПРАВЛЕНИЕ СТРУКТУРНЫМ ПОСТРОЕНИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	224
TERTYSHNIK M. I. MANAGEMENT OF STRUCTURAL CONSTRUCTION OF PRODUCTION CAPACITY OF THE ENTERPRISE	224
ФЕДЮКОВИЧ Е. В. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	227
FEDUKOVICH E. V. THE NEW ECONOMY ORGANIZATIONS FEATURES.....	227
ХАРЛАМПИЕВА А. С. РЕЙТИНГ ГОСТИНИЦ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ	230
KNARLAMPIEVA A. S. RATING OF HOTELS AS A TOOL OF SERVICE QUALITY MANAGEMENT	230
ХАТИКОВА З. В., РЫВКИНА О. Л. О КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЯХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ В КРЫМУ	233
KNATIKOVA Z. V., RYVKINA O. L. COMPETITIVE STRATEGIES OF THE ACCOMMODATION FACILITIES IN THE CRIMEA.....	233
ХИСТЕВА Е. В., ИВАНОВА Е. С. КОРПОРАТИВНАЯ ПЕНСИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГРАЖДАН	236
KNISTEVA E. V., IVANOVA E. S. CORPORATE PENSION AS A METHOD OF INCREASING THE LEVEL OF SOCIAL SECURITY OF CITIZENS	236
ЧАЙКОВСКАЯ О. В. ЗАДАЧИ ФИНАНСОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	239
CHAIKOVSKAYA O. V. TASKS OF FINANCES IN DIGITAL ECONOMY.....	239
ЧЕБОДАЕВ В. П. УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МОНОГОРОДАХ РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ.....	242
CHEBODAEV V. P. MANAGEMENT OF INVESTMENT ACTIVITY DEVELOPMENT IN SINGLE-INDUSTRY TOWNS OF THE REPUBLIC OF KHAKASSIA	242
ЧЕРЧЕНКО Н. В., МАРМАШОВА С. П. ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	244
SHERCHENKO N. V., MARMASHOVA S. P. PRIORITIES FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF BELARUS.....	244
ШИЛИНСКАЯ И. А. ФОРМИРОВАНИЕ И УКРЕПЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ	246
SHILINSKAYA I. A. FORMING AND STRENGTHENING COMPETITIVE ADVANTAGES OF ORGANIZATION.....	246
КУЛЬЧИЦКАЯ Е. В. ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ HR-НЕЙРОМАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	249
KULCHITSKAYA E. V. ETHICAL ASPECTS OF HR NEUROMARKETING IMPLEMENTATION IN MODERN ORGANIZATIONS	249

БЕЛОУСОВ К. Ю. СТЕЙКХОЛДЕР-МЕНЕДЖМЕНТ В СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЯХ: ПРОБЛЕМА ПРОТЕСТНЫХ ИНИЦИАТИВНЫХ ГРУПП МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ.....	252
BELOUSOV K. Y. STAKEHOLDER MANAGEMENT IN MODERN COMPANIES: PROBLEM OF PROTEST INITIATIVES OF LOCAL COMMUNITIES GROUPS.....	252
МАКАРОВА М. А. ИНТЕРНЕТ И БИЗНЕС-МОДЕЛИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ.....	255
MAKAROVA M. A. INTERNET AND BUSINESS MODELS IN FASHION INDUSTRY ...	255
МЕЛЬНИКОВ Д. В. ПРИМЕНЕНИЕ ФЬЮЧЕРСА ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМАТИКЕ В ШКОЛАХ ЗАПОЛЯРЬЯ ЯКУТИИ.....	257
MELNIKOV D. V. APPLICATION OF FUTURES TO IMPROVE TEACHING TECHNOLOGIES OF INFORMATICS AT SCHOOLS OF THE POLAR YAKUTIA.....	257
ПОПОВ Н. В. ПРОБЛЕМА РАЗРАБОТКИ МОДЕЛИ ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЛЯ СОГЛАСОВАНИЯ ИНТЕРЕСОВ СТЕЙКХОЛДЕРОВ НА РЫНКЕ ЭНЕРГЕТИКИ И ЖКХ.....	260
POPOV N. V. PROBLEM OF DEVELOPING A MODEL OF TARIFF REGULATION TO ALIGN THE INTERESTS OF STAKEHOLDERS IN THE ENERGY AND HOUSING MARKET.....	260
БЕЛЯЕВА Е. В. ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	263
BELYAIEVA E. V. FINANCIAL STRATEGY IN THE ENTERPRISE COMPETITIVENESS MANAGEMENT SYSTEM.....	263
ИВАНОВА Ю. О. АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	266
IVANOVA Yu. O. CURRENT APPROACHES TO THE FORMATION OF THE IMAGE OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION.....	266
ИВАНЧЕНКО В. Я. ТЕХНОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	269
IVANCHENKO V. Y. TECHNOLOGY OF MARKETING IN THE ACTIVITY OF NON-PROFIT EDUCATIONAL ORGANIZATIONS UNDER THE CONDITIONS OF SOCIETY DIGITALIZATION.....	269
МИНИН И. Л. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ДИНАМИКИ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЙОНЕ.....	272
MININ I. L. COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SPATIAL DYNAMICS OF THE CRISIS PHENOMENA OF LABOR FORCE OF SMALL ENTERPRISES IN THE NORTH-WESTERN ECONOMIC REGION.....	272
ЧИМИРИС Е. С. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ.....	275
CHIMIRIS E. S. FUNCTIONING OF REGIONAL CORPORATIONS: FOREIGN EXPERIENCE.....	275
ШПАКОВИЧ Д. К. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПЕРЕХОДЕ К НОВЫМ МОДЕЛЯМ БИЗНЕСА.....	278

SHRAKOVICH D. K. DIGITAL TECHNOLOGIES IN TRANSITION TO NEW BUSINESS MODELS	278
ВОЛГИН Г. Н. СИСТЕМЫ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ВЫЗОВЫ... 281	
VOLGIN G. N. SYSTEMS OF MEDICAL ORGANIZATIONS EFFICIENCY COMPREHENSIVE EVALUATION: PROBLEMS AND CHALLENGES	281
ГУСАРОВ К. И. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ.....	284
GUSAROV K. I. PROBLEMS OF MODERN RUSSIAN INDUSTRIAL POLICY	284
МЕШКОВА Я. Р. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	286
MESHKOVA Ya. R. EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF SMALL BUSINESS IN RUSSIA AND THE TYUMEN REGION	286
ПОЛТОРАК Д. Э. ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ПРИГРАНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ	289
POLTORAK D. E. TRANSFORMATION OF SOCIAL CAPITAL IN CROSS-BORDER TRADE IN TIMES OF DIGITALIZATION	289
ПОЛТОРАК Т. А., ПОЛТОРАК Д. Э. РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВИАКОМПАНИЙ	292
POLTORAK T. A., POLTORAK D. E. DEVELOPMENT OF EVALUATION METHODS OF AIRLINES COMPETITIVENESS	292
ПОЛЯЦКИЙ В. В. ПРИМЕНЕНИЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОХИМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА.....	294
POLYATSKIY V. V. APPLICATION OF QUANTITATIVE METHODS FOR STRATEGIC SUSTAINABILITY EVALUATING ON THE EXAMPLE OF OIL AND GAS CHEMICAL COMPANIES	294
ГРИНЬКО О. И. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА В РАМКАХ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	298
GRINKO O. I. OPPORTUNITIES OF CONTENT MARKETING WITHIN THE COMMUNICATION POLICY OF ECOMMERCE TRADERS OF THE REPUBLIC OF BELARUS.....	298
ГУГНИН И. В. ПОСТАНОВКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ И ТАКТИЧЕСКИХ ЗАДАЧ В ПРОЦЕССЕ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ КОМПАНИЙ	301
GUGNIN I. V. SETTING STRATEGIC AND TACTICAL GOALS IN THE PROCESS OF BUSINESS-PLANNING OF COMPANIES	301
АРТИШЕВА Д. Д. КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК НОВЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	304
ARTISHCHEVA D. D. CREATIVE MANAGEMENT AS A NEW METHOD OF ENTERPRISE MANAGEMENT	304
БОНДАРЕНКО А. А. РОЛЬ КРУПНОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ РОССИИ.....	307

BONDARENKO A. A. ROLE OF BIG COMPANIES IN THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN REGIONS.....	307
ДАВЫДОВА А. Э. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭТАП ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	310
DAVIDOVA A. E. STRATEGIC ANALYSIS AS AN OBJECTIVE STAGE OF FORMING STRATEGIC GOALS OF ORGANIZATION	310
ЕДЕМСКАЯ С. Е., СТАСЮК А. А. ТЕХНОЛОГИИ ГЕЙМИФИКАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ	313
EDEMSKAYA S. E., STASYUK A. A. GAMIFICATION TECHNOLOGY IN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT.....	313
МАЛЬЦЕВ Я. А. ПЕРСПЕКТИВЫ ЕДИНОГО СТАНДАРТА БЛАГОПОЛУЧИЯ ГРАЖДАН И «МНИМЫЙ ДЕФИЦИТ» РЕГИОНАЛЬНЫХ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ В РОССИИ	316
MALTSEV Y. A. PROSPECTS FOR THE UNIFORM STANDARD OF CITIZENS WELL-BEING AND THE «IMAGINARY DEFICIT» OF REGIONAL BUDGET EXPENDITURES IN RUSSIA.....	316
МЕЛКУМОВА К. А. РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СГЛАЖИВАНИЯ ПОЛЯРИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ.....	320
MELKUMOVA K. A. REGIONAL MARKETING AS A TOOL FOR POLARIZATION REDUCTION OF REGIONAL DEVELOPMENT IN RUSSIA	320
СЕРЕБРЕННИКОВ М. С. ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК МЕХАНИЗМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В СУБЪЕКТЫ РФ.....	323
SEREBRENNIKOV M. S. PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP AS A MECHANISM OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT AND INVESTMENT ATTRACTION IN THE SUBJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION.....	323
ШЕРГАНОВ Д. Ю. ВЛИЯНИЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЧИСЛЕННОСТИ ГОССЛУЖАЩИХ РФ НА КОМПЛЕКТОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ.....	325
SHERGANOV D. Y. INFLUENCE OF REFORMING THE NUMBER OF CIVIL SERVANTS OF THE RUSSIAN FEDERATION ON THE FORMATION AND ORGANIZATION OF PUBLIC ADMINISTRATION.....	325
ГОРДЮШОВА К. О. К ВОПРОСУ ПРИМЕНЕНИЯ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В АЭРОПОРТУ.....	328
GORDYUSHOVA K. O. APPLICATION OF BIOMETRICS TECHNOLOGY IN AIRPORT.....	328
ДОНСКАЯ А. А. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ.....	331
DONSKAYA A. A. PUBLIC ADMINISTRATION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES IN RUSSIA.....	331
ЕЛЬШАНСКИЙ П. С. ВЛИЯНИЕ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ НА ЭКОНОМИКУ И МЕНЕДЖМЕНТ	333
ELSHANSKY P. S. INFLUENCE OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL DEVELOPMENT ON ECONOMICS AND MANAGEMENT	333

МАШИНА А. Э. СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ КОМАНДЫ: СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ И ПРИНЦИПЫ ИХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ	336
MASHINA A. E. CREATING AN EFFECTIVE TEAM: STRUCTURAL ELEMENTS AND PRINCIPLES OF THEIR INTERACTION	336
НУРАЛИЕВ А. А. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ БЮДЖЕТНЫХ СИСТЕМ: ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ	339
NURALIYEV A. A. ASPECTS OF DEVELOPMENT OF REGIONAL BUDGET SYSTEMS: PROBLEMS OF BALANCING	339
РАГИМОВ И. Р., ОМАРОВ М. М. КЛЮЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ПРИ ВЫХОДЕ КОМПАНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ.....	342
RAGIMOV I. R., OMAROV M. M. KEY MARKETING STRATEGIES FOR ENTERING COMPANIES IN INTERNATIONAL MARKETS	342
СМИРНОВ В. О., СЛАВУШКИНА Н. С. АДАПТАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ТЕОРИИ РЕШЕНИЯ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ С ЦЕЛЬЮ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	345
SMIRNOV V. O., SLAVUSHKINA N. S. ADAPTATION OF INVENTION-RELATED TASKS RESOLUTION CONCEPT FOR THE USE IN THE MANAGEMENT OF SOCICO-ECONOMIC SYSTEMS.....	345
ШИКЕЛЯ Н. П. ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ВНЕДРЕНИИ МОДЕЛИ VMI.....	347
SHIKELYA N. P. APPLICATION OF MODERN TECHNOLOGIES IN THE IMPLEMENTATION OF VMI MODEL	347
ШАРИФУЛЛИНА А. И. НОВАЦИИ В РЕГУЛИРОВАНИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА....	349
SHARIFULLINA A. I. INNOVATIONS IN REGULATING TOURISM DEVELOPMENT.	349
ЯЩЕНКО Р. С. БЛОКЧЕЙН В КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСАХ.....	352
YASHCHENKO R. S. BLOCKCHAIN IN CORPORATE FINANCE	352
МАРГАНИЯ О. Л., ГУЗОВ Ю. Н., ИЕВЛЕВ Н. В., ТИТОВ В. О. ПОЕЗДКА В Г. ТИХВИН, ПОСВЯЩЁННАЯ 100-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ МОЙСЕЕНКО Н. А.	358
MARGANIYA O. L., GUZOV I. N., IEVLIIEV N. V., TITOV V. O. A TRIP TO TIKVIN DEDICATED TO THE 100TH ANNIVERSARY OF THE BIRTH OF MOISEENKO N. A.	358

**К 100-ЛЕТИЮ СО ДНЯ
РОЖДЕНИЯ Н.А. МОИСЕЕНКО**



Моисеенко Николай Андреевич (1919-1996).

Доктор экономических наук, профессор экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета, Заслуженный деятель науки, Почетный гражданин г. Тихвина и г. Балтимора (США).

К 100-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ Н.А. МОЙСЕЕНКО

CENTENARY OF THE N.A. MOISEENKO BIRTH

Кузнецов Ю.В.,
Kuznetsov Y.V.,
*д.э.н., профессор, зав. кафедрой СПбГУ,
Заслуженный работник высшей школы РФ,
Санкт-Петербург,
e-mail: tour@spbu.ru*

Моисеенко Николай Андреевич родился в 1919 году в Черниговской области в семье рабочего сахарного завода. В 1941 году после окончания 4 курса экономического факультета Ленинградского государственного университета ушел добровольцем на фронт. Воевал на Ленинградском, Южном, Сталинградском, 4-м Украинском, 3-м Белорусском фронтах. Имел два ранения. Закончил войну командиром гвардейского минометного полка. После демобилизации из рядов Советской Армии завершил в 1947 г. учебу на экономическом факультете Ленинградского государственного университета. В 1953 году защитил кандидатскую диссертацию, в 1967 году — докторскую диссертацию. В 1953-1962 гг. заведовал кафедрой политэкономии в Ленинградском сельскохозяйственном институте, а с 1962 года работал в Ленинградском государственном университете. С 1973 года по 1982 год был деканом экономического факультета, в 1976-1993 гг. был заведующим кафедрой управления и планирования социально-экономических процессов, которая была создана им, где он работал до последних дней своей жизни.

Николай Андреевич Моисеенко — известный ученый-экономист, опубликовал более 150 научных работ, в том числе 8 монографий. Целый ряд его работ переведен на иностранные языки и опубликован за рубежом. Он неоднократно выступал с лекциями и докладами в Венгрии, Чехословакии, Германии, Франции, США и других странах. Основная тематика его работ – проблемы воспроизводства, соотношения производительности труда, накопления и потребления, методологические и методические аспекты социально-экономического планирования и управления на предприятиях и в административно-территориальном районе. Под его научным руководством защитили диссертации 70 кандидатов экономических наук и 17 докторов экономических наук, которые успешно работают в настоящее время во многих городах России и других стран СНГ.

Под его руководством в 1970-80-х гг. учеными кафедры активно разрабатывались проблемы управления в условиях социалистической экономики. В эти годы пуб-

ликуются работы Н.А. Моисеенко «Теория воспроизводства и управление социалистической экономикой», «Управление социалистической экономикой (политэкономический аспект)» (в соавт.), «Очерки теории индивидуального воспроизводства при социализме» и др.

В 1970-80-е гг. основную часть научной работы кафедры под его руководством составила разработка теории и практики планирования социалистического развития коллектива предприятия. Изучение научных аспектов было тесно связано с изучением практики управления таких ведущих предприятий страны, как «Светлана», «ЛОМО», «ЛМЗ», «Электроаппарат» и др. В итоге были разработаны и согласованы планы социального развития изученных предприятий, проведены научно-практические конференции на разных уровнях.

Результаты исследования и разработки планов социально развития легли в основу многих научных работ кафедры: «Проблемы разработки планов социального развития на промышленных предприятиях» под ред. В.Я. Ельмеева, Б.Р. Рященко, «Долгосрочное социально-экономическое планирование» под ред. Н.А. Моисеенко, Б.Р. Рященко. Эти и другие публикации были широко использованы в науке, подготовке кадров и на производствах, послужили основой книги «Планирование социального развития коллектива предприятия. Методические рекомендации». Книга была рекомендована для широкого применения Госпланом СССР, ВЦСПС, Госкомитетом по труду и заработной плате.

В дальнейшем развивались и другие научные направления, такие как управление в условиях НТП, проблемы труда и его материального стимулирования.

В 70-80-х годах Н.А. Моисеенко возглавлял городской семинар по управлению народным хозяйством, организационным продолжением которого явилась ежегодная международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы менеджмента», проводимая с 1996 года.

В начале 1990-х гг. страна вступила в новый период развития. На кафедре начинают развиваться новые научные направления, в частности, исследование проблем менеджмента и теории организации.

Развитие научного направления «Управление и экономика туристской сферы» явилось базой для формирования в 1994 году Академии туризма – всероссийской общественной организации, в составе которой было более 160 ученых и практиков из 40 регионов России.

Одним из организаторов Академии и ее Вице-президентом был Н. А. Моисеенко, который имел большой авторитет у ученых ЛГУ, Ленинграда – Санкт-Петербурга, России, СССР и зарубежных коллег. С большим уважением к нему относились его ученики и студенты. Его научные идеи развиваются целой плеядой исследователей.

Прирожденный прекрасный оратор и руководитель он много внимания уделял становлению и развитию новых научных направлений в ЛГУ, в том числе экономики исследований и разработок, международных экономических отношений, прикладной социологии, социально-экономического планирования, экономики и управления международным туризмом. При его непосредственном участии в ЛГУ были созданы соответствующие кафедры, организована подготовка специалистов.

Обширные знания, опыт, высокая требовательность и ответственность, убежденность обеспечили ему большой авторитет и уважение на факультете, в университете, среди научной общественности страны. Признанием его научных заслуг явилось присвоение ему почетного звания Заслуженный деятель науки РСФСР, избрание действительным членом двух научных Академий. Многие годы он был членом Научно-методического совета по политэкономии Минвуза СССР, председателем Координационного совета Минвуза СССР по проблемам управления, членом ученых советов экономического факультета и университета, ряда специализированных Советов по защите кандидатских и докторских диссертаций, входил в состав редколлегии журналов «Экономические науки», «Вестник Ленинградского (Санкт-Петербургского) университета», «Труды Академии туризма».

Н. А. Моисеенко постоянно сочетал большую педагогическую и научную работу с активной общественной деятельностью, особенно в области патриотического воспитания. Он являлся сопредседателем Всероссийского общества Кавалеров Ордена Александра Невского, Почетным гражданином г. Тихвина, его именем названа одна из улиц г. Тихвина.

Правительственные награды: 6 орденов — два ордена Красного Знамени, орден Александра Невского, Отечественной войны 1-й и 2-й степени, орден Красной Звезды и 10 медалей.

В грозном 1942 г. в окопах он вступил в Коммунистическую партию и остался верным ее идеалам. Украинец по национальности, он гордился своей малой родиной — поселком Крюковка на Черниговщине, всегда был убежден, что судьба русского, белорусского, украинского и других братских народов бывшего СССР, их настоящее и будущее связано единым, тесным сотрудничеством.

Следует отметить его чуткое, бескорыстное отношение к друзьям, коллегам по работе, окружающим.

Н.А. Моисеенко навсегда остался в нашей памяти яркой, самобытной личностью.

Сочинения: «Демократический централизм – основной принцип управления социалистической экономикой» (в соавторстве, 1975); «Теория воспроизводства и управление социалистической экономикой» (в соавторстве, 1976); «Управление социалистической экономикой» (в соавторстве, 1981); «Математика в политической экономии» (в соавторстве, 1982); «Долгосрочное социально-экономическое планирование»/Под ред. Н. А. Моисеенко, Б. Р. Рященко (1986).

Литература: «Памяти Николая Андреевича Моисеенко»//Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 5. Вып. 4. 1996; «Актуальные вопросы теории и практики туризма»//Труды. Вып.2. 1997; «Моисеенко Николай Андреевич (1919-1996)» //Газета экономического факультета от 29 апреля 2005 г. №4; Книга памяти. Экономический факультет/<http://old.econ.spb.ru/info/memmor/>; Кавалеры ордена Александра Невского/<http://orden-nevskogo.spb.ru/>; «Атака перед наступлением»//Газета «Санкт-Петербургские ведомости» от 9 февраля 2010 г. №022.

О РАЗРАБОТКЕ НОВОЙ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И РЕГИОНОВ¹

NEW THEORY AND METHODOLOGY OF STRATEGIC SUSTAINABILITY OF ENTERPRISES AND REGIONS EVALUATION

Маленков Ю.А.,

Malenkov Y.A.,

*Почетный работник высшего профессионального образования РФ,
д.э.н., профессор СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: y.malenkov@spbu.ru*

Ключевые слова:

Теория, категории, методы, оценка стратегической устойчивости, предприятие, депрессивные регионы, стратегия, эффективность, инновации

Keywords:

Theory, categories, methods, strategic sustainability assessment, enterprise, depressed regions, strategy, efficiency, innovation

В Федеральном Законе «О стратегическом планировании в Российской Федерации» в статье 3 «Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе»

¹ Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 18-010-01204

указано: «стратегия социально-экономического развития Российской Федерации - документ стратегического планирования, содержащий систему долгосрочных приоритетов, целей и задач государственного управления, направленных на обеспечение устойчивого и сбалансированного социально-экономического развития Российской Федерации». Однако в ФЗ не определена сущность категории устойчивости и сбалансированности развития, что связано с отсутствием теории устойчивости предприятий и обуславливает необходимость ее разработки.

В современной методологии науки принято выделять в качестве основных компонентов теории накопленные знания и значимые факты, требующие своего обобщения и теоретического осмысления, научный тезаурус в виде категорий, определений, дополняющих сведений, которые формируют описание основ теории, предметы и объекты теории, ее основные положения, законы и закономерности, научные методы, гипотезы, их верификация - подтверждение, основные выводы и практические приложения. Теория должна содержать совокупность упорядоченных научных знаний, систематизированных и обобщенных, описывающих не один объект, а группы или классы объектов изучения.

Обеспечение стратегической устойчивости предприятий является одним из главных факторов устойчивого развития экономики страны в целом. Эта проблема является одной из наиболее важных, но то же время она недостаточно исследована. В настоящее время в связи с переходом к цифровой экономике возникают новые возможности решения этой проблемы, однако предварительно необходимо создать основы теории оценки стратегической устойчивости. Ее отсутствие приводит к субъективным оценкам перспектив развития предприятий, выбору ошибочных стратегий, потерям вложенных в развитие экономики инвестиций.

Объектом данной теории являются предприятия, в первую очередь, депрессивных регионов РФ, ее предмет - процессы динамики стратегической устойчивости и механизмы ее использования в стратегическом управлении.

В основе научного инструментария стратегической устойчивости находятся методологии системного моделирования, компаративного анализа, сценарного прогнозирования, комплексный подход, построение причинно-следственных моделей и систем информационных взаимосвязей между компонентами стратегической устойчивости, цифровые технологии для создания

Анализ стратегической устойчивости ряда предприятий депрессивных регионов показал, что на предприятиях стратегическая устойчивость не оценивается. Стратеги-

ческое планирование не содержит данных оценок, так как не обеспечено научным инструментарием и нет осознания менеджерами высоких рисков развития предприятий без их проведения.

Существующие подходы к оценкам стратегической устойчивости в российских и зарубежных исследованиях не могут объяснить внезапности банкротств многих предприятий. Зарубежные подходы описывают стратегическую устойчивость в еще более общих положениях, чаще всего с односторонним приоритетом экологических факторов или интересов общества в целом, не дают ее осязаемого и ясного управленческого представления, конкретных принципов, показателей, критериев, определяют ее общими положениями.

В качестве основной категории стратегической устойчивости предлагается система взаимосвязанных категорий, включая категории стратегической устойчивости, стабильности, развития, оценки стратегической устойчивости и ряд других.

Экономическую и управленческую категорию «стратегическую устойчивость предприятия» целесообразно определить, как синтез и непрерывность функций мониторинга, анализа, планирования и регулирования на основе интеллектуальных, организационных и креативных качеств его менеджмента и собственников, обеспечивающих создание, сохранение и развитие (усиление, рост):

- 1) целостности объекта управления в условиях любых изменений внешней и внутренней сред предприятия,
- 2) конкурентного превосходства своих технологий, человеческого потенциала, стратегий на основе инноваций,
- 3) нормы отдачи инвестиций в развитие предприятия,
- 4) финансовой независимости, включая возможности своевременного погашения своих задолженностей и перехода на самофинансирование,
- 5) дебюрократизированной системы управления, открытой для публичного контроля (результатов, планов, ошибок) государственными и общественными инструментами (министерства, комитеты, СМИ, авторитетные общественные организации).

Исходные теоретические положения новой теории оценки стратегической устойчивости предприятий включают следующее:

- 1) существующие подходы не обеспечивают оценку, анализ и прогноз стратегической устойчивости предприятий. Часто оцениваются отдельные аспекты стратегической устойчивости, при этом нередко ее сущность рассеивается на части, которые оцениваются, затем складываются вместе, при этом не давая конкретных выводов о дина-

мике устойчивости в будущем и конкретных стратегических действиях по ее повышению;

2) ошибочным является широко распространенное мнение, что оценки финансовой устойчивости предприятий репрезентативно представляют ее устойчивость в целом. Целый ряд предприятий, в течение многих лет оцениваемые как финансово устойчивые внезапно становились банкротами;

3) в изучении устойчивости предприятий сегодня доминирует ретроспективный подход, опора на динамику и тренды прошлых лет, что не соответствует условиям динамичных изменений сред развития предприятий;

4) применяемые модели опираются на экспертные оценки и субъективные суждения, что часто ведет к стратегическим просчетам и потере темпов экономического развития.

В разрабатываемой новой теории предлагается отказ от экспертных и субъективных оценок как главного инструмента. Вместо этого предлагается: переход к комплексам объективных цифровых оценок, иерархически упорядоченных на основе построения системы причинно-следственных моделей; построение многоуровневых оценок, включая оценки стратегической устойчивости на различных временных интервалах (3-5-7-10 и более лет) и оценки зон стратегической устойчивости, учитывающих различные уровни возможностей ее восстановления; оценки главных компонент стратегической устойчивости и интегрального критерия в целом; включение цифровых оценок стратегической устойчивости в информационную систему управления предприятием, финансирования для ее восстановления; третий уровень – переход в зону полной потери стратегической устойчивости предприятия, что ведет к необходимости ликвидации предприятия или его слияния с другими предприятиями.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ РЫНКА ТРУДА: УГРОЗЫ И НАПРАВЛЕНИЯ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ

REGIONAL FEATURES OF LABOR MARKET DIGITALIZATION: THREATS AND DIRECTIONS OF NEUTRALIZATION

Безденежных Т.И.,
Bezdenezhnykh T.I.,
д.э.н., профессор Санкт-Петербургского государственного
экономического университета (СПбГЭУ),
Санкт-Петербург,
e-mail: girii@mail.ru

Ключевые слова:

Цифровизация рынка труда, региональные особенности, риски и угрозы, нейтрализация угроз, программы

Keywords:

Digitalization of the labor market, regional features, risks and threats, neutralization of threats, programs

Цифровизация является одним из основных драйверов технологических изменений в обозримом будущем. Этот процесс оказывает неоднозначное влияние на рынки труда. Общепринятое мнение, что новые технологии стимулируют экономический рост и, следовательно, всегда оказывают положительное влияние на занятость, требует существенной корректировки. В условиях цифровизации происходят серьезные структурные изменения в занятости, например, относительно отраслей, профессий, навыков и задач, которые обуславливают риски развития цифровых рынков труда.

Радикально меняется структура рынка труда. Одни профессии исчезают, другие возникают. По данным консалтинговой компании Gartner, к 2020 году 1,8 млн. рабочих мест будет автоматизировано и при этом возникнет 2,3 млн. новых рабочих мест¹.

Российские ученые определили высокую вероятность автоматизации для 26,5% рабочих мест и назвали наиболее массовые в России профессии для риска высвобождения: продавцы, водители, охранники и др. (около 28 млн. человек)².

В России существуют значительные региональные особенности цифровизации рынков труда. Будущее развития цифровых региональных рынков труда обусловлено многими факторами, конкурентоспособностью региона, региональным демографическим развитием, сложившимися предпосылками для успешного внедрения цифровых

¹ Профессии будущего: как изменится рынок труда в цифровую эпоху https://news.rambler.ru/other/42912043/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (Режим доступа 30.09.2019).

² Земцов С., Баринава В., Семенова Р., Риски цифровизации и адаптация региональных рынков труда в России // ФОРСАЙТ Т. 13 № 2 , 2019 с. 84–96.

технологий: активным обновлением основных фондов, развитостью информационно-коммуникационной инфраструктуры и т.д.

Конкурентоспособность регионов имеет ключевое значение для развития цифровых рынков труда. Она включает в себя институциональную среду, которая обеспечивает права собственности, поддерживает структурные изменения и предлагает эффективную систему образования, профессиональной подготовки и социального обеспечения.

Регионы в разной степени отвечают на такой вызов, как нехватка квалифицированных кадров, безработица или неравенство в отношении форм занятости. В связи с растущей потребностью в новых задачах региональной экономики, различия в навыках между требованиями к работе и способностями работников также могут проявляться по-разному в регионах с различной степенью экономического развития.

Отметим некоторые риски, сдерживающие цифровизацию рынков труда. Оборудование на предприятиях в среднем отстает на 10 лет по сравнению с развитыми странами: на 10 тыс. работников предприятий в 2017 году приходится 1 промышленный робот (Южная Корея - 531, США - 176, Китай - 49)¹. Наиболее эффективно роботизация внедряется в российских условиях в отраслях с высокой долей стандартных операций, не требующих эмоционального спектра, работы с людьми, обслуживания людей и т.д.

Возможности цифровой трансформации во многом зависят от качества региональной информационно-коммуникационной инфраструктуры. В России наблюдается высокий уровень цифрового неравенства между различными регионами и населенными пунктами.

Рассмотрим важнейшие региональные факторы, влияющие на дальнейшее развитие цифровых рынков труда – состояние основных фондов, уровень цифровизации, число высокопроизводительных рабочих мест и др. Очевидна неравномерность развития этих факторов по регионам. Существует резкая региональная дифференциация состояния основных фондов и темпов их обновления. Так, уровень износа основных фондов в 29 регионах в 2018 г. превысил 50%, при этом в Пермском крае его уровень составил 63,3%, Ханты-Мансийском АО – 68,5%, Республике Крым – 69,2%.

Число высокопроизводительных рабочих мест – технологическая база цифровой экономики - имело тенденцию к снижению в 2013-2016 гг. практически во всех регионах и отраслях экономики. В 2017-2018 гг. тенденция изменилась на противоположную

¹ Причины невысокой позиции России в рейтинге GTCI 2017/<https://poisk-ru.ru/s22134t10.html> (Режим доступа 30.09.2019).

ную. В 2018 году практически во всех отраслях экономики (за исключением 2 отраслей: «Деятельность финансовая и страховая» и «Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение») наблюдался прирост высокопроизводительных рабочих мест. Особенно значителен этот прирост был отрасли «Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг» более чем в 1.7 раза. Это, безусловно, благоприятный фактор с позиций развития цифровизации в данной отрасли.

Благоприятные изменения можно отметить в отношении цифровизации телефонной сети. Так, уровень цифровизации местной телефонной сети в городской местности за 1995 -2018 гг. возрос с 13% до 94%¹. Причем в 18 регионах он равнялся 100%².

Число абонентских устройств подвижной радиотелефонной (сотовой) связи на 1000 человек населения значительно возросло за последнее 20-летие. С 1999 по 2018 год этот показатель увеличился более чем в 211,8 раз (с 9,3 устройств в 1999 году до 1 969,4 устройств в 2018 году)³.

В 8 регионах уровень обеспечения сотовой связью значительно превышает общероссийские показатели. Низким уровнем обеспеченности отличаются практически все субъекты Южного федерального округа и Северо-Кавказского федерального округа. В Республике Крым этот показатель равняется только 312,9 устройств на 1000 человек населения – это самый низкий показатель в России.

Таким образом, ряд сложившихся предпосылок свидетельствуют о благоприятных перспективах цифровизации рынков труда. Хотя развитие цифровых технологий в России уже набрало обороты, основные последствия этой новой эры технологических изменений остаются в значительной степени неопределенными. Можно выделить три основные проблемные области, связанные с адаптацией рынка труда к цифровым технологиям: развитие навыков, регулирование рынка труда, реализация программ в области переподготовки и подготовки работников. Кроме того, растущие цифровые технологии требуют наращивания сопутствующих инвестиций в процесс обучения на протяжении всей трудовой жизни.

¹ Рассчитывается как отношение монтированной емкости электронных станций к общей монтированной емкости, умноженное на 100.

² Росстат: <https://www.gks.ru/folder/11186?print=1#> (Режим доступа 30.09.2019).

³ Росстат: <https://www.gks.ru/folder/11186?print=1> (Режим доступа 30.09.2019).

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ РЕГИОНОВ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ
ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

**ORGANIZATIONAL STRUCTURES OF INNOVATIVE ACTIVITY MANAGE-
MENT OF RUSSIAN REGIONS IN MODERN GEOPOLITICAL CONDITIONS**

**Голубецкая Н.П.,
Golubetskaya N.P.,
д.э.н., профессор СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: natalya_golubeck@mail.ru,**

**Ушакова Е.В.,
Ushakova E.V.,
к.э.н., доцент, Санкт-Петербургский университет
технологии управления и экономики
Санкт-Петербург,
e-mail: e.ushakova@spbume.ru,**

**Чиркова Т.В.,
Chirkova T.V.,
к.э.н., доцент, Санкт-Петербургский университет
технологии управления и экономики
Санкт-Петербург,
e-mail: tvchirkova@mail.ru**

Ключевые слова:

Организационные структуры, управление, инновационная деятельность, регионы

Keywords:

Organizational structures, management, innovation, regions

На региональном уровне управления в современных геополитических условиях важным направлением является поиск новых организационных форм управления инновационной деятельностью. Инновационные хозяйствующие субъекты рассматриваются в качестве самостоятельного структурного подразделения региональной социально-экономической системы. В качестве целевой функции регионального управления в России можно рассматривать оптимизацию организационной структуры по критериям снижения издержек и создания условий для повышения инвестиционного потенциала. Большинство инновационных предприятий должны провести структурную реорганизацию в соответствии с международными техническими регламентами осуществления производственного процесса, обеспечивая повышение конкурентоспособности региональной социально-экономической системы на мировом рынке товаров и услуг. Инструментами регулирования инновационной сферы являются государственные заказы и национальные проекты, которые позволяют привлечь инвесторов на основе государ-

ственных гарантий и консолидированной отчетности, используя инструмент государственно-частного партнерства¹.

Цифровая экономика позволила оптимизировать деятельность хозяйствующих субъектов региона на этапах от идеи до реализации проекта и получения конечной инновационной продукции с осуществлением сервисного обслуживания, используя международные стандарты и технические регламенты. Главной проблемой для органов регионального управления является обеспечения эффективности использования финансовых потоков, направленных на стимулирование и развитие инновационной деятельности. Критериями оптимизации организационных структур управления в современных геополитических условиях являются:

- обеспечение сбалансированности инновационной деятельности хозяйствующих субъектов с использованием налоговых, кредитных, таможенных и бюджетных экономических механизмов;

- приоритетные государственные закупки, стимулирующие инновационную деятельность региональных хозяйствующих субъектов, обеспечивающие качественные характеристики инновационных технологий на конкурсной основе с использованием федерального и регионального финансирования;

- разработка нормативно-правового поля регламентирующего инновационную активность хозяйствующих субъектов, оптимизация системы ценообразования и тарифов на предоставляемые услуги, снижение арендных ставок, налогов для предпринимательских структур; стимулирующие меры по благоприятной инвестиционной привлекательности региона для реализации инновационных программ и проектов;

- поддержка проектов по развитию инфраструктуры для инновационного развития региона на основе функционирования хозяйствующих субъектов в системообразующих сегментах реального сектора экономики, обеспечивающих решение приоритетных проблем социальной сферы².

Разработанная концепция регионального инновационного развития должна быть направлена на координацию деятельности и разработку стимулирующих мер развития научно-образовательных сетевых структур и хозяйствующих субъектов, определяющих

¹ Голубецкая Н.П., Ушакова Е.В., Чиркова Т.В. Возможные сценарии инновационного развития региональных предпринимательских структур в условиях структурной перестройки российской экономики. Экономика и управление. 2018. № 10 (156). С. 68-74.

² Голубецкая Н.П., Ушакова Е.В., Чиркова Т.В. Влияние цифровой экономики на приоритеты в системе государственного регулирования региональных предпринимательских структур в России. Сборник: Цифровая трансформация экономики и промышленности Сборник трудов научно-практической конференции с зарубежным участием. Под редакцией А.В. Бабкина. 2019. С. 305-313.

потребности на рынке труда, которые являются лидерами в инновационном кластере. При этом на федеральном уровне управления важно распределить бюджетные ресурсы в рамках национальных программ развития системообразующих видов хозяйственной деятельности, которые смогли бы обеспечить повышение конкурентных преимуществ территориальных хозяйственных субъектов¹.

В инновационных регионах проводятся организационно-структурные изменения в системе управления с учетом тенденций на мировом рынке товаров и услуг. Цифровая экономика привела к острой необходимости разработки новых маркетинговых технологий, которые должны гибко адаптироваться к потребительской аудитории в направлении выпуска инновационной продукции и предоставления услуг, отражающих тенденции научно-технического прогресса. Ежегодный объем инновационных товаров в России приблизился к более чем 8 млрд. руб. Созданная и развивающаяся единая информационно-аналитическая база должна оптимизировать распределение объемов инвестирования инновационной деятельности с использованием комплексной экспертизы и оценки результативности региональных организационных структур управления. Система оценки результативности системы управления является многофакторным процессом, который должен позволить оценить объемы выполненных работ, используемых финансовых потоков, но и оценить качество выполняемых работ исполнителями инновационных проектов².

Рекомендации: Для последовательной реализации инновационной деятельности регионов России в современных геополитических условиях необходимо провести организационные изменения в системе управления. Приоритетными должны стать сфера образования в связи с подготовкой кадрового потенциала в соответствии с потребностями рынка труда, развитие институциональной среды; стимулирование внедрения технологических инноваций; создание инфраструктуры стимулирующей инновационное развитие. Существующая разветвленная сеть специализированных научно-исследовательских университетов должна решить проблему повышения качества и эффективности производства, стать локомотивом экономики знаний, их деятельность должна быть направлена на оптимизацию сегментов хозяйственной деятельности,

¹ Голубецкая Н.П., Чиркова Т.В. Влияние инновационных процессов на приоритеты в развитии региональной экономики. Сборник: Цифровая экономика и "Индустрия 4.0": проблемы и перспективы труда научно-практической конференции с международным участием. 2017. С. 146-150.

² Голубецкая Н.П., Чиркова Т.В. Тенденция развития региональных инновационных социально-экономических систем в условиях глобализации экономики. Сборник: Модернизация российской экономики. Прогнозы и реальность сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербургский академический университет; Институт экономики, менеджмента и информационных технологий. 2016. С. 95-99.

обеспечивающих рост доходов в региональный бюджет и решение социально-экономических задач мегаполиса. Оптимизация организационной структуры управления возможна лишь при привлечении экспертов и населения к оценке результативности инновационной активности хозяйствующих субъектов регионов, снижению барьеров к финансовой поддержке и доступу к инвестиционным потокам¹.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ СОГЛАСОВАНИЕМ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ

METHODOLOGICAL BASES OF TECHNOLOGY DEVELOPMENT OF MANAGEMENT OF ECONOMIC INTERESTS COORDINATION

**Соколова С.В.,
Sokolova S.V.,
д.э.н., профессор СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: s.sokolova@spbu.ru**

Ключевые слова:

Технологии управления, организационно-технологический базис производства, организационно-технологический базис управления, экономические интересы

Keywords:

Technology of management, organizational and technological basis of production, organizational and technological basis of management, economic interests

Любая воспроизводственная система представляет собой организационное единство управляемой и управляющей подсистемы. Управляемая подсистема представлена формой производства с определенной технико-технологической и организационной основой. Специфика технико-технологических и организационных основ управления предопределяется сложившимся разделением труда, общим, частным и единичным. Специализация, кооперирование, концентрация, комбинирование, размещение производительных сил, т.е. все формы разделения труда порождают конкретные технологии управления.

Находясь под непосредственным воздействием производительных сил, отражая технологический способ изготовления товаров и услуг, одна группа отношений разделения труда, включая и технологии управления, существует внутри фирмы (единичное разделение труда). Вместе с тем, отдельные фирмы находятся во взаимосвязи, обусловленной разделением труда внутри общества, как звенья единой системы отраслей, региональных комплексов, финансово-промышленных групп, национальной экономики в

¹ Голубецкая Н.П., Ушакова Е.В., Чиркова Т.В. Возможные сценарии инновационного развития региональных предпринимательских структур в условиях структурной перестройки российской экономики. Экономика и управление. 2018. № 10 (156). С. 68-74.

целом (частное и общее разделение труда). Следовательно, внутри самих отношений разделения труда объективно различаются отношения формы организации технологического базиса воспроизводства на отдельной фирме и отношения организационной формы общественного воспроизводства в целом. Форма организации технологического базиса воспроизводства на фирме (разделение труда внутри предприятия – единичное) и форма организации технологического базиса управления на фирме (разделение управленческого труда внутри предприятия – единичное) образуют блок технико-технологических отношений, непосредственно определяемых уровнем и состоянием техники воспроизводства. Блок технико-технологических отношений определяет блок организационно-технологических отношений, включающих в себя организационную форму общественного воспроизводства в целом и управления им.

Понятия «форма организации технологического базиса воспроизводства» и «форма организации технологического базиса управления воспроизводством» на предприятии являются категориями, выражающими единичное разделение непосредственно производственного и управленческого труда, с одной стороны, технологию производства и управления производством – с другой, организацию производства и управления им, – с третьей. Эти относительно простые для данного уровня познания категории, анализируемые простые целостности, образовав в совокупности сложные понятия, сложные синтезируемые целостности, констатируют наличие в производстве и управлении им нового качества. В результате определения первичной категории формируются сложные категории, выражающие вторичные, третичные, вообще производные, перенесенные, непервичные отношения.

Конкретные технологии управления, содержание и последовательность исполнения, зависят, во-первых, от технологического базиса воспроизводства, во-вторых, от формы его организации. Действительно, та или иная специализация работников и их кооперирование в процессе труда, та или иная форма комбинирования трудовых функций и операций, вплоть до размещения работников по рабочим местам, предопределяются технологическим базисом воспроизводства как в традиционной, так и в инновационной экономике. Форму организации технологического базиса управления воспроизводством определяют, прежде всего, три фактора: 1) технология управления данного вида управленческого труда – получения управленческой информации, принятия управленческого решения; 2) уровень и характер единичного разделения управленческого труда (хозяйствующего субъекта); 3) конкретные материальные условия управленческого труда внутри звена его единичного разделения (хозяйствующего субъекта).

Понятия организационно-технологических базисов воспроизводства и управления раскрываются только в связи с понятиями социально-экономических интересов субъектов деятельности, целей и задач, методов и функций управления. Понятие цели деятельности хозяйствующего субъекта вытекает из осознания социально-экономических интересов субъектов деятельности. В процессе реализации интересов цели расщепляются на «подцели» и «задачи», что обусловлено состоянием техники и технологии воспроизводства и управления. Цель не указывает на возможные пути и способы достижения результата. Иначе говоря, если цель отвечает на вопрос «что делать?», то тем самым она одновременно ставит вопрос «как делать?» и порождает задачи деятельности. Следовательно, необходимым элементом системы управления выступает задача. Сколь бы правильно ни были определены интересы, цели и задачи, они не реализуются вне самого процесса деятельности, методов и функций управления.

Целевые установки труда по управлению выражаются в его функциях. Они представляют собой не только основные направления деятельности, но имеют трудовое содержание. Функции управления не являются орудием только субъекта управления, они также обусловлены объектом управления.

А как должна происходить взаимосвязка социально-экономических интересов, целей и задач, методов и функций управления? Здесь необходимо воспользоваться принципами анализа и синтеза. Они требуют конкретизации, нахождения путей применения к объекту и предмету исследования. Применительно к объекту исследования можно сделать вывод о необходимости согласования интересов путем разработки управленческих технологий, в которые закладываются цели, задачи, функции субъектов хозяйствования, а также методы их согласования.

В современных условиях важнейшая научная проблема теории управления, выходящая к жизни практикой, состоит в разработке вопросов точной «настройки» механизмов управления. Механизмы точной настройки можно определить как технологии управления. В технологии управления включаются: уточнение целей, задач управления, методов и функций управления. Технологии управления должны включать такие методы, при которых потенциал управления системы находится в области адаптивности к изменяющимся условиям внешней среды. Вышеотмеченные положения являются концептуальной основой разработки технологий управления согласованием экономических интересов.

ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ РОССИЙСКИМ РЫНКОМ ТРУДА: КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

RUSSIAN LABOR MARKET MANAGEMENT TOOLS: CRITICAL ANALYSIS

Алпатов Г.Е.,
Alpatov G.E.,
д.э.н., профессор СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: g.alpatov@spbu.ru,
Зверева А.А.,
Zvereva A.A.,
магистрант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: sashenka.5678@mail.ru

Ключевые слова:

Рынок труда, безработица

Keywords:

Labor market, unemployment

Одной из главных целей макроэкономической политики государства является достижение высокого уровня занятости в стране. При неполном использовании имеющихся ресурсов рабочей силы система работает, не достигая границы своих производственных возможностей. Важным элементом в политике занятости является грамотное регулирование рынка труда в период экономического спада, однако государственная политика занятости далеко не всегда учитывает различные аспекты цикличности развития рынка труда. На рынке труда в последние годы сложилась парадоксальная ситуация. На сокращение спроса на товарных рынках рынок труда реагировал не сокращением занятости, а снижением зарплаты работающих, как это видно из таблицы 1. В.Е. Гимпельсон, Р.И. Капелюшников опрометчиво считали в 2015 г. ситуацию эффективной: «Есть ряд институциональных и структурных факторов, которые крайне эффективно помогают нашему правительству обеспечивать стабильность на рынке труда»¹. Их методическая ошибка - рассмотрение локального равновесия на рынке труда вне связи с воспроизводством рабочей силы и вне общего равновесия. Равновесная зарплата на рынке труда оказалась ниже необходимой для расширенного воспроизводства рабочей силы. Такая цена труда вызывает низкий спрос на товарных рынках и дефицитный бюджет государства. Главным «крайне эффективным» следствием стало обнищание работающих. Цена за низкую безработицу оказа-

¹ Гимпельсон В.Е., Капелюшников Р.И. Российская модель рынка труда: испытание кризисом. //Журнал НЭА, № 2 (26), 2015,с. 253:

лась слишком высокой. Рождаемость за 2015-2019 упала с 13,3 до 10,8 на 1000 населения¹. Низкий уровень безработицы в России в период стагнации является отнюдь не позитивным индикатором.

Таблица 1. Безработица, доходы и рождаемость в РФ²

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Уровень безработицы, %	5,5	5,2	5,6	5,5	5,2	4,8
Реальные располагаемые доходы, %	104	99,3	96,8	94	98,9	99,9
Родившихся на 1000 чел. населения	13,2	13,3	13,3	12,9	11,5	10,9

Восстановление общего равновесия рынка труда с товарными рынками возможно через использование трех инструментов управления со стороны госрегулирувания: (1) административного вмешательства путем роста МРОТ и пособия по безработице, (2) рыночного вмешательства в качестве крупного покупателя рабочей силы, (3) поддержке стороны предложения в сделках купли-продажи рабочей силы. Непосредственная цель – установить нижний предел флуктуации зарплат на уровне обеспечивающем простое воспроизводство рабочей силы. Конечная цель вследствие роста зарплат создать источник стабильного экономического роста и пополнения госбюджета.

Правительство подняло МРОТ до прожиточного минимума прошлого года (ПМ), но он не стал почасовым и не налогооблагаемым. Это позволяет платить зарплату ниже МРОТ и пополнять госбюджет с этих нищих денег. Инфляция по прожиточному минимуму работающих за 2 квартал 2019 ко 2 кварталу 2018 составила 7,5%³. Другими словами, МРОТ будет меньше на 7,5% прожиточного минимума текущего года. Налогообложение МРОТ в 2019 г. составляет $11\ 280 \cdot 13\% = 1466,40$. Страховые взносы $= 11\ 280 \cdot 30\% = 3384$. Располагаемый доход рабочего $= 11\ 280 - 1466,40 = 9813,60$. Предприниматель перечислит государству 4850,4 руб. или 49,4% от располагаемого дохода, который он выплатит рабочему, и его реакцию по уходу в тень можно предсказать. По данным Е.Е. Гришиной и П.О. Кузнецовой: «... уровень бедности слабо реагирует на рост минимальной заработной платы: лишь на 0,6 п.п. в случае роста МРОТ до 100% федерального прожиточного минимума (ПМ). Среди основных

¹ Росстат: Демография. URL: <https://www.gks.ru/folder/12781>. Дата обращения: 30.09.2019.

² Росстат: URL.: <https://fedstat.ru/indicator/43062>; http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#; https://gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/vita1_bd.htm . Дата обращения 30.09.2019

³ Рассчитано по: КонсультантИллюс. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=339336&fld=134&dst=100064,0&rnd=0.2291589953292752#0001690894067968518>. Дата обращения 30.9.2019.

причин можно назвать неформальную занятость, а также несоответствие заработной платы уровню иждивенческой нагрузки на работающих»¹. Простое воспроизводство рабочей силы в долгосрочном периоде должно быть критерием для установления правительством нижней границы заработных плат.

В ответ со стороны бизнеса мы получим нерентабельность и рост безработицы и к этому нужно быть готовыми. Адекватное уровню жизни пособие по безработице не только спасает безработных от нищеты и делает их сильнее в отстаивании повышенной зарплаты, но и спасает агрегированный спрос существенной добавкой, поскольку пособие по безработице является автоматическим стабилизатором. Это существенно эффективнее роста МРОТ, в условиях, когда 30% предприятий на уровне банкротства. Но в отношении использования этого инструмента картина еще печальнее, чем с МРОТ. Согласно закону² пособие в первые три месяца равно 75 % среднемесячного заработка за последние три месяца, затем 60 %, но во всех случаях размер пособия не может быть выше своей максимальной величины. Этот максимум не индексировался с 2009 до 2019 г. превратившись в 50% от прожиточного минимума. В 2019г. он был повышен с 4900 до 8000 руб., на которые безработный не может прожить. Таким образом, правительство фактически лишило население пособия по безработице, а себя действенного инструмента стабилизации товарных рынков. Для восстановления экономической значимости пособия по безработице необходима упреждающая индексация его величины до уровня 75% от средней зарплаты по региону. Прогнозируемые результаты предлагаемых изменений в отношении МРОТ и пособия по безработице – рост совокупного спроса и столь искомый экономический рост, вызывающий в свою очередь рост спроса на рабочую силу по более высокой цене.

Второй из обозначенных инструментов - это принуждение частного сектора покупать рабочую силу по цене выше равновесной при заключении государственных контрактов через включение в контракты условия о зарплате не ниже медианной средней по региону. Это отсекает низко-затратные и неэффективные конкурсные предложения, позволит поднять уровень покупательной способности в регионе.

Третий инструмент - поддержка государством слабой стороны рынка труда наемных работников через поддержку их профсоюзов - также способствует росту зарплат до уровня расширенного воспроизводства рабочей силы. Тогда рост совокупного

¹ Гришина Е.Е., Кузнецова П.О. Минимальная заработная плата как инструмент борьбы с бедностью: ожидаемые последствия реформы // Журнал НЭА, № 4 (40), 2018, с. 151.

² Закон РФ № 1032-1 «О занятости населения в РФ» (в ред. 11.12. 2018). -Ст. 33.1.

спроса смягчит проблему безработицы. Рынок труда окажется в равновесии при более высоких зарплатах, что одновременно подтолкнет инновации по замене дорого труда действием относительно подешевевших машин.

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

PRINCIPLES OF INNOVATION MANAGEMENT IN THE GLOBAL ECONOMY

Коростышевская Е.М.,

Korostyshevskaya E.M.,

д.э.н., профессор СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: e.korostyshevskaya@spbu.ru,

Чудаков А.Ю.,

Chudakov A.Y.,

аспирант СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: st022217@student.spbu.ru

Ключевые слова:

Глобальные цепочки создания ценности, кластеры, кластерная политика, автомобилестроение, институты

Keywords:

Global value chain, clusters, cluster policy, automotive industry, institutions

Глобальные цепочки создания ценности, будучи самостоятельным исследовательским направлением, в настоящее время являются частью исследований в области региональной инновационной экономики. На сегодняшний день – это доминирующая организационная форма международного бизнеса без других альтернатив. Однако, в большинстве национальных экономик, стратегическая деятельность международного бизнеса находится в поиске решений, сфокусированных на адаптации операционной деятельности к местным условиям и рынкам¹.

Кластеры, будучи частью исследовательского направления в области региональной инновационной экономики, на сегодняшний день является самостоятельным течением. Кластеры сегодня - это основной поставщик новых продуктов на глобальные рынки. Однако функции кластеров сводятся не только к повышению операционной эффективности международного бизнеса, но и развитию человеческого капитала для национальной экономики².

¹ Lee, J., & Gereffi, G. (2015). Global value chains, rising power firms and economic and social upgrading. Critical Perspectives on International Business, 11(3-4), 319-339.

² Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2018). Innovation incommensurability and the science park. R and D Management, 48(1), 73-87.

На примере развития российского автомобилестроения разберем принципы, которые лежат в основе практики управления инновациями.

По условиям постановления Правительства Российской Федерации от 29 марта 2005 г. N 166 «О внесении изменений в Таможенный тариф Российской Федерации в отношении автокомпонентов, ввозимых для промышленной сборки», зарубежным и российским инвесторам предоставляются таможенные льготы (ставка 3-5%) на ввоз продукции Tier-1 и комплектующих для автомобилестроения при условии последующей локализации производства на территории РФ. Одновременно с этим, ставка таможенной пошлины на ввоз готового автомобиля возросла до 30-35%¹. С 2005 года Правительство РФ режим промышленной сборки подкрепило проведением политики стимулирования продаж локализованных на территории РФ автомобилестроительных производств: установлен преференциальный режим в системе государственного и муниципального заказов при достижении определенного уровня локализации; субсидируются закупки газомоторной техники; субсидируются покупки легковых автомобилей в кредит по программам «Первый автомобиль» и «Семейный автомобиль», субсидируется часть затрат на лизинг по программам «Российский тягач», «Российский фермер», «Свое дело»². Однако, на сегодняшний день, нормы промышленной сборки противоречат законодательным основам ВТО, членом которого с 2011г. является Российская Федерация.

Рис.1 и Рис.2³ наглядно показывают, что инструменты вытягивания и стимулирования инноваций преимущественно потребительским спросом исчерпали себя. Увеличение объемов производства национальных компаний зависит от способности к выпуску инновационных продуктов, которую возможно развивать путем увеличения субподряда в автомобилестроительной отрасли и смежных отраслях. Реализация этих инициатив целесообразна исключительно через вовлечение основных заинтересованных сторон: федеральной, региональной и муниципальной власти; ключевых поставщиков, потребителей; научных и образовательных организаций; отраслевого венчурного капитала. Также важна ориентация на глобальный масштаб операций и постоянная поддержка развития человеческого капитала в регионах.

¹ Евразийская экономическая комиссия. Отдел промышленной политики. Комплексный анализ состояния и развития автомобильной промышленности государств-членов Евразийского экономического союза. Москва, 2016. 88с.

² Компьютерная справочная правовая система. [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения 15.02.2019).

³ Федеральная таможенная служба. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.customs.ru/> (дата обращения 10.04.2018); Росстат. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения 10.04.2018)

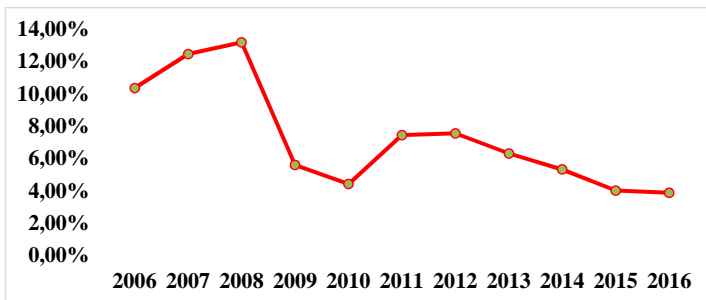


Рис. 1. Импорт продукции конечного потребления. Составлено по: ФТС, Росстат.

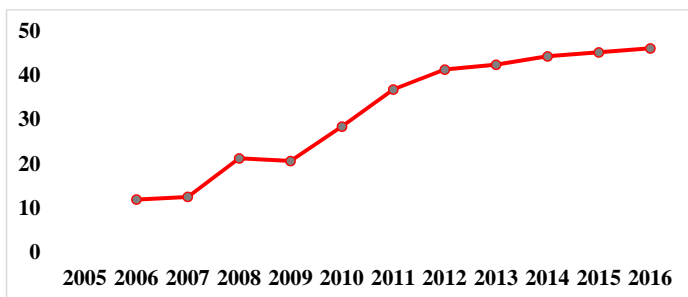


Рис.2. Импорт продукции промежуточного потребления. Составлено по: ФТС, Росстат

Принципами текущей практики управления инновациями являются администрирование ответственных министерств и ведомств¹; акцент на документе «программа развития», не имеющим фактической юридической силы и четкой ответственности за финансовые результаты², создание почвы для неподконтрольного лоббизма отдельных частных интересов³, исключительно финансовая поддержка бизнеса⁴.

¹ О промышленной политике в Российской Федерации (Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ)

² Правила распределения и предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию мероприятий, предусмотренных программами развития пилотных инновационных территориальных кластеров (постановление Правительства Российской Федерации от 6.03.2013 N 188)

³ О промышленных кластерах и специализированных организациях промышленных кластеров (постановление Правительства Российской Федерации от 31.07.2015 № 779)

⁴ Об утверждении Правил предоставления из федерального бюджета субсидий участникам промышленных кластеров на возмещение части затрат при реализации совместных проектов по производству промышленной продукции кластера в целях импортозамещения (постановление Правительства Российской Федерации от 28.01.2016 № 41)/

УПРАВЛЕНИЕ ПРОГРАММАМИ РЕДЕВЕЛОПМЕНТА ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

MANAGEMENT OF URBAN REDEVELOPMENT PROGRAMS: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE

Максимов С.Н.,

Maximov S.N.,

д.э.н., профессор, зав. кафедрой СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: s.maksimov@spbu.ru

Ключевые слова:

Городские территории, редевелопмент, устойчивое развитие, управление

Keywords:

Urban areas, redevelopment, sustainable development, management

Одним из относительно новых, по крайней мере, по своим масштабам, направлений градостроительной деятельности во многих городах страны, в том числе, крупных и крупнейших, является реализация проектов и программ редевелопмента застроенных городских территорий. Есть ряд причин повышения активности органов государственного и муниципального управления, а также и бизнеса в этом направлении. Во-первых, в городах с активными рынками недвижимости и строительства практически исчерпаны свободные от застройки территории, так что дальнейшее градостроительное развитие возможно либо путем выхода за пределы городской черты, либо путем преобразования, замены имеющейся застройки. Последние годы развитие шло, преимущественно по первому пути, что привело к ряду негативных последствий: «расползанию» городской застройки, усугублению транспортных проблем, недостаточному развитию социальной инфраструктуры вследствие «остаточного» подхода застройщиков к ее созданию.

Вследствие этого увеличилась степень изношенности фонда недвижимости в целом, появились городские районы, находящиеся в депрессивном состоянии. Все это привело к тому, что в последние годы все больше стало утверждаться мнение о необходимости переноса тяжести в градостроительной деятельности не на освоение незастроенных территорий, а на обновление районов со сложившейся застройкой. Довольно часто для обозначения процессов обновления жилищного фонда используется, в противоположность термину «редевелопмент», понятие «реновация». На наш взгляд, между ними нет принципиальной разницы. И в том, и другом случае они означают процесс преобразования застроенных территорий в соответствии с изменившимися потребностями общества, бизнеса и населения, с созданием объектов недвижимости и террито-

рий, обладающих, современными потребительскими качествами, часто с изменением функционального назначения объектов и комплексов недвижимости.

Основными причинами, определяющими необходимость поворота к редевелопменту городских территорий как к главному направлению градостроительной деятельности, являются физическое и моральное устаревание фонда городской недвижимости (в частности, жилищного фонда), изменения в структуре городского землепользования в связи со структурными сдвигами экономики городов (сокращение доли промышленного производства и увеличение доли сферы услуг), низкая эффективность использования городских территорий (относительно низкая плотность застройки в центральных районах городов, низкая доходность территорий) и т.д.

Редевелопмент городских территорий находит свое отражение в появлении и институциональном оформлении двух направлений преобразования застроенных городских территорий. Первым направлением является реновация районов жилой застройки, находящихся в деградирующем, предаварийном состоянии.

Второе направление – это редевелопмент заброшенных, депрессивных промышленных территорий. В последнее время его часто связывают с таким понятием как «комплексное устойчивое развитие территорий» (КУРТ), которое появилось в 2016 г. с принятием Федерального Закона № 373 от 03.07 2016 г. При расшифровке этого понятия в Законе указывалось, что деятельность по комплексному устойчивому развитию территорий предполагает создание объектов «жилого, производственного, общественно-делового и иного назначения и необходимых для функционирования таких объектов и обеспечения жизнедеятельности граждан объектов коммунальной, транспортной, социальной инфраструктур»¹.

Реализация программ редевелопмента промышленных территорий особенно актуальна для городов, структура застройки которых сложилась в конце XIX – первой половине XX века, в период господства «индустриальной» экономики, когда промышленные предприятия «опоясывали» центр города, располагаясь, как правило, вблизи транспортных, в основном, железнодорожных путей и вокзалов. Характерным примером является Санкт-Петербург, в котором сложилась крупная территория с преобладанием промышленной застройки, примыкающая к историческому центру города и полу-

¹ Федеральный закон «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования регулирования подготовки, согласования и утверждения документации по планировке территории и обеспечения комплексного и устойчивого развития территорий и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации» от 03.07.2016 N 373-ФЗ (последняя редакция). Доступен: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200754/

чившая почти официальное название «серого пояса». По данным Комитета по экономической политике и стратегическому планированию Санкт-Петербурга, по состоянию на 2015 г. площадь «серого пояса» составляла 7 076 га, представленных 6 754 земельными участками, прошедших кадастровый учет. При этом 1240 га (881 земельный участок) находились в собственности Санкт-Петербурга, 2471 га (1765 участков) в частной собственности, 648 га (297 участков) в собственности РФ, а у 2717 га (3811 участков) собственность была не установлена¹.

В настоящее время редевелопмент территории «серого пояса» города осуществляется путем реализации отдельных проектов, как правило, жилищной направленности: жилищные комплексы «Царская столица» (район Москва-Товарная), «Галактика» (в районе Варшавского вокзала), «LigovskyCity» (район Расстанной улицы) и т.д. Проектов, направленных на создание объектов деловой, социально-культурной, сервисной направленности почти нет. Все это грозит превращением нынешнего «серого пояса» в еще одну спальную зону города, что приведет только к усугублению транспортных проблем, не решает проблем занятости, противоречит планам на сбалансированное развитие городских территорий. Способы управления, предлагаемые в рамках ст. 46 Градостроительного Кодекса РФ (заключение договора о комплексном развитии территории, соглашения о разграничении обязательств) недостаточны для эффективной организации процессов редевелопмента в масштабах «серого пояса». Как свидетельствует международный опыт, необходимо создание на уровне города единой координирующей структуры (агентства по развитию «серого пояса») для объединения усилий собственников недвижимости, органов городского и районного управления, экспертного сообщества в интересах наиболее эффективного использования всех имеющихся ресурсов: территориальных, материальных, финансовых для превращения «серого пояса» в процветающую территорию города.

¹ Комитет по экономической политике и стратегическому планированию Санкт-Петербурга. Доступен: http://cedipt.spb.ru/media/uploads/userfiles/2015/12/17/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D1%8B%D0%B9_%D0%BF%D0%BE%D1%8F%D1%81.pdf.

ИНДЕКС КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ СЕКТОРА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

COMPETITIVENESS INDEX AS A TOOL FOR EVALUATING THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST SERVICES SECTOR IN RUSSIA

Пахомова Н.В.,
Pakhomova N.V.,
д.э.н., профессор СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: n.pakhomova@spbu.ru,
Авдеева Е.К.,
Avdeeva E.K.,
аспирант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: katerinavdeeva13@gmail.com

Ключевые слова:

Региональная экономика, сектор туристских услуг, кумулятивный эффект, индекс конкурентоспособности, Федеральное агентство по туризму

Keywords:

Regional economy, sector of tourist services, cumulative effect, competitiveness index, Federal Agency for Tourism

Туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей современной экономики как на национальном, так и на международном уровнях. По данным Всемирной туристской организации туризм интегрирован почти в 400 отраслей мирового хозяйства, предоставляет примерно каждое 11–12 рабочее место и обеспечивает в последние годы около 1,5 трлн. долл. поступлений. Вклад туризма в мировой ВВП в 2017 г. достиг \$8,3 трлн., что составляет 10,4% от общего объема ВВП. Туризм представляет собой сферу быстрого обращения капитала при относительно небольших капиталовложениях, что позволяет при развитии этой отрасли оперативнее по сравнению, скажем с промышленностью, решать проблемы создания новых рабочих мест и модернизации инфраструктуры. Значительным является и инновационный потенциал услуг данного сектора, что определяет его важную роль в период перехода к инновациям 4-й промышленной революции. Наряду с этим развитие сектора туристских услуг оказывает не только прямое, но и косвенное воздействие на экономику, в том числе путем предъявления спроса на ряд сопутствующих услуг (транспортно-логистических, медицинских, страховых, др.), с чем связан его значительный кумулятивный эффект. Велико значение данного сектора и в решении такой острой проблемы, как преодоление устойчивого регионального неравенства. Напомним, что по данным Всемирного банка Россия входит в тройку лидеров по неравенству регионов внутри страны среди государств Европы и Центральной Азии. И хотя предпринимаемые в последние годы усилия поз-

волили несколько ослабить остроту этой проблемы, в России все еще сохраняется самый высокий уровень регионального неравенства среди крупных стран с развивающейся экономикой¹.

Несмотря на некоторый рост значений основных показателей по объему туристского потока, доля туризма в ВВП страны, согласно данным Росстата, все еще не превышает 3,4%, что существенно ниже среднего в мире показателя (10% от ВВП в 2017 г.). Согласно рейтингу самых посещаемых стран Всемирной туристической организации при ООН (UNWTO), в 2018 г. годовой мировой туристический поток вырос до 1,4 миллиарда человек (что на 5,6% больше, чем в 2017 г.). Лидером по числу принятых в 2018 г. туристов стала Франция (93,2 миллиона человек, что на 7,2% больше, чем в 2017 г.). В первую пятерку также вошли Испания (82,8 миллиона, + 1,2%), США (82,2 миллиона, + 6,7%), Китай (62,9 миллиона, + 3,6%) и Италия (62,1 миллиона, + 6,5%). В первой десятке самую большую динамику показала Турция, которая с восьмого места переместилась на шестое с показателем 45,8 миллиона туристов (рост почти на 22%). Россия, несмотря на значительные природные и культурные ресурсы для развития туризма продолжала занимать лишь 16-е место с показателем в 24,6 млн. иностранных туристов (что лишь на 0,2 млн. больше показателей 2017 г.)².

Как показывает анализ, к числу основных проблем развития туризма в стране относятся: недостаточно развитая инфраструктура туристских объектов, не позволяющая эффективно привлекать инвестиции в отрасль (состояние дорожной инфраструктуры, дефицит кадров, малопривлекательное состояние туристских объектов показа), недоступность для инвесторов долгосрочных кредитных инструментов в области гостиничного бизнеса, недостаточное продвижение туристских продуктов на мировом и внутреннем туристских рынках и др.³

Для оценки влияния внешних и внутренних факторов на состояние туристической среды представляют интерес данные еще одного международного рейтинга - индекса конкурентоспособности туризма (TheTravel&TourismCompetitiveness- Index, ТТЦИ), который дважды в год публикуется Всемирным экономическим форумом. На основе 14 критериев конкурентоспособности отрасли в данном документе определяются четыре

¹ Фейнберг А. Россия опередила Китай, Индию и Бразилию в неравенстве регионов / URL: <https://www.rbc.ru/economics/26/09/2018/5baa58cd9a7947f649eea8fa> (дата обращения: 30.09.2019).

² Составлен рейтинг самых популярных у туристов стран /URL: <https://ria.ru/20190530/1555106776.html> (дата обращения: 30.09.2019).

³ Пахомова Н.В., Авдеева Е.К. Политика сокращения региональной дифференциации в доходах: анализ применяемых инструментов в контексте международного опыта // Проблемы современной экономики. 2019.. № 2 (70) С. 119-123.

субиндекса – составляющие ТТСИ, на основе которых производят анализ текущего состояния развития туризма с выработкой рекомендаций для правительств и представителей бизнес-среды. К таким субиндексам относятся: условия окружающей среды, уровень развития инфраструктуры, наличие ресурсов (природных и культурных); политику государства в области туризма.

Согласно данным указанного индекса, основными ограничениями для развития туризма в России выступают недостаточно развитый уровень инфраструктуры и неэффективная государственная политика. Основным недостатком государственной политики по развитию туризма является неустойчивая структура институтов, что проявляется, в частности, в постоянном переподчинении Федерального Агентства по туризму в ведение разных министерств. Так, в 2008 г. оно было передано в распоряжение Министерства спорта, туризма и молодежной политики, в 2012 г. вопросами туризма стало заниматься Министерство культуры; 14 Сентября 2018 г. Ростуризм стал структурным подразделением Министерства экономического развития. Наряду с этим, в отличие от лидеров международного туристского рынка, в России только один орган власти федерального уровня обладает необходимой компетенцией в решении вопросов по управлению туризмом, что также вызывает сложности в его развитии. По сравнению с международной практикой передовых туристских держав, в которых данная политика реализуется комплексно с учетом различных направлений туризма и особенностей развития каждого из его видов (делового, экологического, медицинского, др.), в России отсутствуют целевые рекомендации по развитию определенных направлений и дестинаций.

В практической деятельности органов государственной власти по регулированию сферы туризма актуальными являются следующие меры и задачи: совершенствование организационной структуры органов государственной власти в соответствии с законом Эшби (разнообразие управляющей системы должно быть не меньше разнообразия управляемого объекта); модернизация целевой установки программ развития туризма на национальном и региональном уровнях, обеспечивающей повышение роли туризма как фактора развития геосистем территорий; совершенствование нормативно-правовых актов в сфере туризма; выработка рекомендаций и методов поддержки представляющего туристскую отрасль частного бизнеса; поддержка региональных инициатив по вхождению в государственные программы РФ для обеспечения как продвижения туристского потенциала регионов, формирования новых туристических маршрутов, так и содействия развитию городов в качестве привлекательных для развития туризма дестинаций.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

QUANTITATIVE METHODS FOR ESTIMATING MANAGEMENT QUALITY IN THE RUSSIAN HIGHER SCHOOL

Халин В.Г.,

Khalin V.G.,

д.э.н., профессор СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: v.halin@spbu.ru,

Чернова Г.В.,

Chernova G.V.,

д.э.н., профессор СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: g.chernova@spbu.ru

Ключевые слова:

Качество управления вузом, вербальная оценка качества управления вузом, количественная оценка качества управления вузом, этапы построения оценки качества управления вузом

Keywords:

University management quality, verbal assessment of university management quality, quantitative assessment of university management quality, stages of constructing a university management quality assessment.

Повышение точности оценки качества управления на всех уровнях высшей школы России, в том числе вуза, может быть обеспечено использованием количественных методов, основанных на использовании конкретных значений показателей его деятельности.

Целью данного доклада является изложение методов получения количественной оценки качества управления вузом, увязанной с вербальной оценкой.

Новизной и особенностью предложенных в докладе методов оценки качества управления вузом является то, что они предполагают построение количественной оценки, основанной на конкретных значениях показателей деятельности вуза; установление соотношения значений этой количественной оценки со значениями вербальной оценки (качество управления неудовлетворительное, удовлетворительное и т.д.); определение конкретного значения вербальной оценки на основе полученного значения количественной оценки.

Различие предлагаемых методов построения количественной оценки определяется особенностями самих задач управления. В докладе рассматриваются две ситуации: управление вузом по достижению им заданного конкретного значения отдельного показателя его деятельности и управление вузом по решению конкретной задачи его си-

стемы управления, в свою очередь предполагающей управление целой совокупностью показателей его деятельности. Заметим, что задачи управления вузом ставятся на определенный промежуток времени.

Оценка качества управления вузом по достижению конкретного значения только одного выбранного показателя его деятельности предполагает следующее. Вначале проводится шкалирование, т.е. построение двух взаимосвязанных шкал - интервальных значений исследуемого показателя, представленного естественными единицами измерения (руб., час и т.д.), и соответствующих им значений вербальной оценки качества управления вузом по достижению конкретного значения этого показателя. Далее фактическое значение исследуемого показателя в естественных единицах измерения соотносится со шкалой его интервальных значений. В результате этого определяется, во-первых, интервал, которому это значение принадлежит, и, во-вторых, - соответствующее этому интервалу значение вербальной оценки качества управления вузом по достижению им (университетом) за определенный период времени конкретного значения рассматриваемого показателя.

Оценка качества управления вузом по решению конкретной задачи его системы управления предполагает следующие этапы:

1. Формирование системы показателей деятельности вуза, используемой для оценки качества управления вузом по решению конкретной поставленной задачи. Эта система показателей должна быть сбалансированной, т.е. должна включать необходимое и достаточное количество показателей, используемых для оценки качества управления по решению этой задачи;

2. Ранжирование показателей с учетом их значимости для решения поставленной задачи управления. Оно может быть выражено значениями весовых коэффициентов, присваиваемых каждому из показателей;

3. Нормирование показателей сбалансированной системы, используемых для оценки качества управления вузом по решению поставленной конкретной задачи. Оно предполагает переход от значений показателей, представленных естественными единицами измерения (руб., часы и т.д.), к их балльным значениям. Проведение нормирования обусловлено необходимостью обеспечения сопоставимости всех показателей, используемых для оценки качества управления по решению поставленной задачи и представленных различными естественными единицами их измерения;

4. Построение интегральной количественной оценки качества управления вузом по решению поставленной задачи. Оно базируется на полученных балльных значениях

сбалансированных показателей и учитывает ранжирование показателей через значения их весовых коэффициентов. Вариант свертки показателей в интегральную оценку может быть различным, например, линейным;

5. Шкалирование вербальных и количественных оценок. Предполагает построение двух взаимосвязанных шкал – балльных интервальных значений количественной оценки качества управления вузом по решению конкретной задачи управления и соответствующих им значений вербальной оценки качества управления вузом по решению этой конкретной задачи управления;

6. Определение вербальной оценки качества управления вузом по балльному значению полученного количественного значения интегральной оценки. Оно предполагает определение конкретного интервала значений интегральной количественной оценки качества управления, в который попадает рассчитанное фактическое количественное значение интегральной оценки качества управления, а также определение значения вербальной оценки качества управления, соответствующего этому интервалу.

Преимуществом построения вербальной оценки качества управления вузом на основе количественных методов является более высокая точность оценки качества управления. Это обусловлено тем, что сама количественная оценка основана на фактических значениях показателей деятельности вуза. Применение данного подхода позволит более точно давать оценку качества управления вузом по решению задачи достижения вузом за определенный период времени конкретного значения некоторого показателя его деятельности, а также по решению им конкретной задачи управления, предполагающей управление целой совокупностью показателей. В докладе применение авторских методов оценки качества управления университетами проиллюстрировано на примере ряда ведущих вузов России.

**ВЛИЯНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА НА НАПРАВЛЕНИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**THE IMPACT OF TECHNOLOGICAL PROGRESS ON THE DIRECTIONS OF
STATE SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES**

Чеберко Е.Ф.,

Cheberko E.F.,

д.э.н., профессор СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: tceberko19540@yandex.ru,

Чипчикова М.Р.,

Chipchikova M.R.,

руководитель департамента по развитию в ГК «СтройИнжиниринг»,

Санкт-Петербург,

e-mail: chipchikova.mari@mail.ru

Ключевые слова:

Государство, малое и среднее предпринимательство, технический прогресс, управление

Keywords:

State, small and medium-sized enterprises, technical progress, management

Среди проблем российской экономики, которые нуждаются в скорейшем решении, не последнее место занимает неудовлетворительное состояние сектора малого и среднего предпринимательства. Как показывает мировая практика, для ее решения требуется серьезная организационная работа, главным субъектом которой является государство, действующее от имени и в интересах общества.

Неслучайно среди двенадцати национальных проектов, обозначенных как ключевые стратегические цели развития страны, назван проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». В нем обозначены целевые установки на 2024 год и ресурсы, необходимые для достижения намеченных рубежей.

Отношения государства и малого предпринимательства на протяжении всей истории капиталистической цивилизации постоянно видоизменялись. В прошлом оно успело побывать в роли умирающей формы хозяйствования и в качестве мощного компенсатора негативных последствий научно-технической революции, а сейчас становится одним из главных элементов механизма реализации ее потенциальных возможностей. В соответствии с этими трансформациями происходили изменения в формах и методах поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП).

Долгий период времени с момента становления капитализма государство не проводило политику, направленную на прямую поддержку МСП. В экономической

теории и практике преобладала теория прогрессивности постоянного процесса концентрации и централизации производства и капитала и постепенного исчезновения малого бизнеса. На рубеже XIX и XX веков появляется концепция Карла Каутского. Он считал, что непрерывные процессы слияний и поглощений приведут к тому, что останется одна самая мощная супермонополия. Таким образом, исчезнут все антагонистические противоречия капиталистической системы. Идея сверх монополии не нашла своего подтверждения на практике. Но последующие события, особенно интенсивные процессы слияний и поглощений после Второй Мировой войны привели к тому, что в хозяйственной жизни на первое место вышли корпоративные объединения. К малому бизнесу в этот период относились как к рудименту прошлого, который рано или поздно исчезнет, а пока его приходится терпеть, а какую-то часть, фермеров например, даже поддерживать. Но достаточно быстро события 1970-1980-х годов заставили по-новому взглянуть на роль малого предпринимательства в экономической системе общества.

Разворачивается современная научно-техническая революция. Столкнувшись с крупномасштабной технологической и структурной перестройкой народного хозяйства, развитые страны мира пережили невиданный ранее рост безработицы. В возникшей ситуации пересматривается взгляд на будущее сектора МСП, который становится средством решения сложной политической и социальной проблемы - безработицы. Мелкие предприниматели обеспечивают самозанятость, а в ряде случаев становятся работодателями, снижая уровень безработицы.

В США в 1970–1985 годы произошло массовое высвобождение рабочей силы, прежде всего из материального производства. В этот промежуток времени крупный бизнес страны и государственные структуры сократили численность занятых на 6 млн. человек. Тогда как на малых и средних предприятиях за то же время было создано 35 млн. новых рабочих мест¹.

Возрастание общественной значимости МСП связано с приданием ему функции компенсатора последствий появления массовой технологической безработицы. При этом оказалось, что многие малые предприниматели в условиях современного в значительной степени монополизированного рынка не в состоянии работать на принципах самокупаемости и самофинансирования и не являются самодостаточными.

Само по себе существование в рыночной экономике несостоятельных предпринимателей является результатом и условием ее нормального состояния. Выполняя са-

¹ Чеберко Е.Ф. Теоретические основы предпринимательской деятельности: макроэкономический аспект: курс лекций / Е. Ф. Чеберко. - СПб. : Изд-во СПбГУП, 2009. – С.221.

нирующую функцию, рынок убивает неэффективных производителей, обеспечивая здоровье экономической системы в целом. Если несостоятельность субъекта рыночной экономики не связано с нарушением законов рынка, у общества нет оснований для его поддержки. Поддерживать его экономичность искусственно можно только в одном случае - результат деятельности данного субъекта имеет высокую социальную значимость. Этот аргумент в пользу государственного управления развитием сектора МСП дополнен еще одним, не менее весомым.

Достаточно быстро в восьмидесятые годы помимо компенсирующей функции у сектора МСП появилась еще одна – инновационная. Здесь речь уже пошла не о сохранении жизнеспособности экономически слабого, но социально значимого субъекта, а об интенсивном развитии видов экономической деятельности, обеспечивающей лидерство в мировой экономике. В этом случае лучше говорить о государственной политике «развития», а не «поддержки» МСП.

Речь идет не о предприятиях, ориентированных на традицию, главным приоритетом которых является стабильность, а о тех, которые нацелены на быстрое развитие на основе использования достижений НТП, превратившись в один из ведущих элементов Национальной инновационной системы (НИС).

Эффективность этой системы в решающей степени зависит от того, насколько участники цепочки «наука – техника – производство – потребление» ориентированы на получение единого конечного результата. Превратить людей с разными, порой несопадающими локальными интересами в коллектив единомышленников чрезвычайно трудно. Они даже на разных деловых языках разговаривают. В Советском Союзе основой объединения была принадлежность всех предприятий к государственной форме собственности. В современной рыночной экономике соединительной тканью становятся малые инновационные предприятия (МИП).

В развитых странах исключительно важное значение сегодня имеют программы поддержки исследований малого бизнеса в сферах, порожденных НТР: в компьютерных, информационных технологиях, электронике, материаловедении, и др. Все они финансируются на конкурсной основе, при тщательном отборе и имеют целью доведение результатов работы до стадии практического применения.

Таким образом, можно сделать вывод, что стратегическим фактором, формирующим основные направления государственной поддержки малого предпринимательства, главным образом являются результатом специфики современного этапа НТР. Основной упор в политике поддержки малого предпринимательства в развитых странах

делают на развитие МИП и предприятий, компенсирующих резкий рост безработицы, вызванной формированием нового технологического уклада. Вполне естественно этим не ограничивается направления развития сектора МСП, который становится все более значимым фактором общественного развития.

НОВЫЕ ОБЪЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В РЕГИОНАХ СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ

NEW OBJECTS OF INNOVATIVE ACTIVITY MANAGEMENT IN THE REGIONS OF THE NORTH-WEST OF RUSSIA

**Румянцев А.А.,
Rumyantsev A.A.,**
*д.э.н., профессор, главный научный сотрудник,
Институт проблем региональной экономики РАН (ИПРЭ РАН),
Санкт-Петербург,
e-mail: aarum1@yandex.ru*

Ключевые слова:

Регион, постиндустриальные технологии, опыт разработки и применения, управление
Keywords:

Region, post-industrial technologies, experience in the development and application, management

Постепенно расширяется в пространственном аспекте разработка и применение прорывных технологий: возобновляемой энергии, нанотехнологии, биотехнологии, информационно-коммуникационных технологий: цифровых, искусственного интеллекта. В совокупности перечисленные технологии автор обозначил термином «постиндустриальные технологии». В отличие от индустриальных технологий, господствующих в мире, основанных на переработке предоставляемого природой сырья, постиндустриальные технологии – это технологии, когда продукты и услуги для жизнедеятельности людей получают из управляемых природных процессов.

Постиндустриальные технологии могут быть разделены на две группы. Первая – технологии, основанные на использовании процессов, протекающих в самой природе – возобновляемые источники энергии, вторая – природоподобные технологии: нано-, био-технологии, информационно-коммуникационные технологии, когда с возможной точностью воспроизводятся с помощью специального оборудования природные процессы для получения продукции и услуг.

Постиндустриальные технологии составляют ядро VI технологического уклада, входят в состав технологий Индустрии 4. Их особенностью как передовых производ-

ственных технологий¹ является то, что они разрабатываются к применению на конкретном объекте. Кастомизированное (индивидуализированное) их применение делает их объектом регионального управления.

В табл. 1,2,3,4 приведены примеры, иллюстрирующие разработку и применение постиндустриальных технологий в регионах Северо-Запада России.

Таблица 1. Возобновляемые источники энергии, ед.

Вид энергии. Регион	Удаленные поселки	Маяки	Удаленные с.х. фермы	Отдельные дома, освещение дорог
<u>Солнечные электростанции</u>				
Республика Карелия	5	-	-	-
Мурманская область	-	14	-	-
<u>Ветроэнергетические установки</u>				
Мурманская обл.	2	-	3	-
Калининградская обл.	1	-	-	-
Ветропарк 21 установка.				
<u>Ветросолнечные установки</u>				
Архангельская обл.	-	-	-	+
Мурманская обл.	4	-	-	+
<u>Геотермальная энергия</u>				
Мурманская обл.	1	-	-	-

В Вологодской и Псковской областях освоено производство биотоплива, их отходов и деревообработки.

На Северо-Западе России ВИЭ используются в основном для снабжения энергией объектов, удаленных от централизованного электроснабжения. Созданы на основе частных инвестиций.

Таблица 2. Нанотехнологии

Регион	Продукт с применением нанотехнологий	Регион	Продукт с применением нанотехнологий
Республика Карелия	Композиционные материалы	Санкт-Петербург	Светодиоды и светодиодная техника.
Санкт-Петербург	Металлокерамические материалы		Создание изделий из металлических порошков.
Архангельская область	Лазерная наплавка на изношенные детали		Изготовление принтеров и порошков для выращивания изделий.

Таблица 3. Биотехнологии

Регион	Использование биологических субстанций
Республика Карелия	Переработка ресурсов Белого моря
Республика Коми	Переработка отходов животноводства: получение технического жира, удобрений.
Калининградская область	Переработка растительного сырья (соломы) для получения быстро-разлагаемого полимера.
Санкт-Петербург	Для производства лекарств.

¹ Дежина И., Пономарев А. Перспективные производственные технологии в развитии промышленности // Форсайт. 2014. Том 8. №2. С.16-29.

Таблица 4. ИКТ в обрабатывающей промышленности и управлении на стадии разработки

Регион	Информационно-коммуникационные технологии
Республика Карелия	Цифровая верфь на базе Онежского судостроительного завода – объединение цифровых технологий в единую систему управления
Вологодская область Санкт-Петербург	Умный город – интеграция информационных технологий разных секторов города
Калининградская область	Перевод энергосистемы на цифровой формат работы
Санкт-Петербург	Умный завод Экстремальная робототехника с элементами искусственного интеллекта

Таким образом, постиндустриальные технологии – технологии не далекой перспективы, а уже сегодняшнего дня. Нередко их применение является опытным, с поиском эффективных областей и объектов применения. Локализация – разработка для конкретного объекта расширяет масштаб регионального управления инновационной деятельностью. Повышается ответственность региональных органов управления в инициировании и стимулировании разработки и применения в регионе постиндустриальных технологий.

Научно-технологический прогресс на примере постиндустриальных технологий все более усиливает полицентрическую структуру управления инновационной деятельностью¹, расширяя участников управленческого процесса, вовлекая в него региональные органы управления.

¹ Румянцев А.А. О повышении роли управления инновационной деятельностью в регионе / Материалы Межд. науч.-практ. конф. 16 ноября 2018 г. СПбГУ. «Актуальные проблемы менеджмента: менеджмент как важнейший фактор экономического роста и подъема уровня жизни в регионах». 2018. СПб. С.29-31.

**РАЗВИТИЕ «SHARING ECONOMY» НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ:
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И БЕЗОПАСНОСТИ**

**DEVELOPMENT OF SHARING ECONOMY AT THE REGIONAL LEVEL:
MANAGEMENT AND SECURITY ISSUES**

**Булетова Н.Е.,
Buletova N.E.,**

*д.э.н., доцент, зав. кафедрой, Волгоградский институт управления –
филиал Российской академии народного хозяйства и
государственной службы (ВИУ-филиал РАНХиГС),
Волгоград,
e-mail: buletovanata@gmail.com*

Ключевые слова:

«Sharing economy», секторы экономики совместного потребления, аренда, краудфандинг, интернет-безопасность

Keywords:

Sharing economy, sectors of the sharing economy, rent, crowdfunding, Internet security

Развитие «sharing economy» в российских регионах является актуальной тенденцией, связанной не только с популярностью аренды вещей и повышением доступности ряда товаров и услуг для жителей российских городов и поселков, но и с возможностью в условиях цифровизации с одной стороны, и роста дефицита ресурсов, в первую очередь, природных, материальных, обеспечить рост рационального потребления с позиций парадигмы устойчивой экономики и решения проблемы продления экономической жизни товаров.

Цифровая экономика как тренд XXI века несет в себе ряд актуальных тенденций для решения экологических и экономических проблем: 1) расширение спектра услуг, получаемых через интернет, в том числе мобильный интернет, обеспечивающих доступность и широкий ассортимент услуг для населения; 2) рост сектора услуг и занятости населения, высвобождаемого из сельского хозяйства и индустриального сектора экономики, а так как в секторе услуг нет тех экономических ограничителей и затратной нагрузки, как это характерно для АПК и промышленности, бизнесмены и инвесторы заинтересованы в развитии новых форм бизнеса, типичных для цифровой экономики, как и государство, заинтересовано в получении новых рабочих мест, решении вопроса самозанятости населения, конкурентоспособности национальной экономики на мировом рынке услуг; 3) смена потребительской психологии, когда от мышления «массового потребителя» делается рывок в сторону рационального процесса приобретения и потребления товаров и услуг; для современных обществ это самый сложный вопрос, тормозящий развитие «sharing economy», так как управление стилем поведения потребителя может стать инструментом конкурентной борьбы на уровне национальных и транснациональных

компаний, а это уже вопрос национальной безопасности; 4) развития цифровых технологий является базовым условием роста «sharing economy», так как именно мобильный интернет – та среда, в которой осуществляется развитие предложения и спроса на рынке вторичного потребления, аренды имущества без участия посредников, что и формирует сложную дилемму для государства – если экономическое взаимодействие между домашними хозяйствами не имеет формы предпринимательской деятельности, как решать проблемы страхования рисков, защиты от мошенничества, налогообложения доходов от управления собственностью в рамках sharing economy и т.д.

Основываясь на теории трехсекторной экономики Кларка-Фишера¹, была обеспечена логика эволюции отдельных секторов «sharing economy» в последовательности их появления, развития и доминирования в валовой добавленной стоимости sharing economy (см. рис. 1)².

Купля-продажа товаров между физлицами - оптимизация личных расходов	Аренда собственности и рабочей силы (в основном в мегаполисах)			Экономические механизмы для роста и развития в масштабах отрасли экономики, или экономики территории	
Сектор 1 - C2C	сектор 2 - аренда помещений и вещей	сектор 3 - транспорт	сектор 4 - P2P услуги (фриланс)	сектор 5 - финансирование	сектор 6 - B2B
без посредников среди физлиц					
с или без посредников среди юрлиц и физлиц	повышение мобильности и доступности перемещения				
функционационирование sharing city					
новый инвестиционный ресурс для экономики					
активное вовлечение бизнеса (с учетом взаимосвязи по технологической цепочке и шансом снизить величину промежуточного потребления) с использованием технологий sharing economy					

Рисунок 1 - Эволюция sharing economy в соответствии с теорией Кларка-Фишера

Сделанные автором выводы состоят в следующем:

- государство должно играть ключевую роль в обеспечении развития инфраструктуры и благоприятного правового поля для sharing economy на фоне заинтересованности в росте самозанятых и появлении новых объектов налогообложения; влияние «sharing economy» на рост качества жизни населения также является приоритетом в государственной экономической политике;

¹ Clark C. The Conditions of Economic Progress. 3rd ed. Macmillan Press. 1957; Fisher A.G.B. The Clash of Progress and Security. London. 1935

² Составлено автором по материалам официального сайта Российской ассоциации электронных коммуникаций [Электронный ресурс]. URL: <https://raec.ru>

- по аналогии с созданием единой электронной государственной платформы, на которой будут сосредоточены все онлайн-ресурсы органов власти по оказанию государственных услуг (для населения) или ведения электронного бюджета и межведомственного взаимодействия (для работников органов власти) считаем актуальным создание единой электронной бизнес-платформы, регистрация и размещение на которой будут обязательным для всех ресурсов цифровой экономики и «sharing economy», в том числе, при этом для регистрации на этой платформе все желающие вести бизнес и реализовывать свои идеи в формате sharing economy должны будут проходить процедуру «листинга» - подтвердить свою легитимность, платежеспособность, также в эту систему можно вписать систему обязательного страхования работы сервисов sharing economy для снижения потерь от мошенничества;

- уровень достигнутой сервизации (цифровизации) региональной экономики можно измерить через авторский метод структурно-рангового анализа, который можно представить как новый подход к типологии стран по уровню цифровизации и потенциалу развития «sharing economy»;

- «sharing economy» является реальным способом решения глобального экологического кризиса в сфере экономической деятельности, так как имеет потенциал экономии затрат за счет перераспределения уже созданных благ;

- главными факторами, препятствующими развитию «sharing economy» в масштабах национальных экономик, являются: слабое развитие цифровой экономики, низкая инновативность населения и бизнеса, высокие риски и неразвитость системы страхования и защиты от мошенничества в сделках sharing economy, менталитет и особенности потребительской психологии, сложившиеся, в том числе под влиянием религиозных правил поведения;

- важным на фоне основных тенденций является развитие систем защиты персональных данных и защит от киберугроз, всех тех технологий, которые делают цифровую экономику и процесс участия в разработке и потреблении ее продуктов безопасным и эффективным, речь идет о системах биометрии данных, компьютерном (техническом) зрении и т.д.

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОСИСТЕМНЫМИ УСЛУГАМИ В РЕГИОНЕ

ECOSYSTEM SERVICES CONTROL IN THE REGION

Василенко Н.В.,

Vasilenko N.V.,

д.э.н., профессор Санкт-Петербургского горного университета,

Санкт-Петербург,

e-mail: vasilenko_nv@pers.spmi.ru

Ключевые слова:

Экосистемные услуги, экосистемы, природный капитал, региональное управление, депрессивный регион

Keywords:

Ecosystem services, ecosystems, natural capital, regional governance, depressed region

Одним из главных стратегических ресурсов Российской Федерации является природный капитал. Сама трактовка природных ресурсов как капитала актуализирует их свойство преумножения некой полезности для человека и в настоящее время находит отражение в концепции экосистемных услуг. Интерес к экосистемным услугам как функциям экосистем представляет собой попытку гармонизировать цели развития экологических и экономических комплексов в рыночных условиях, обосновать целесообразность затрат, необходимых для обеспечения воспроизводства природной окружающей среды как базы получения человеком различного рода выгод и сохранение этой возможности в долгосрочной перспективе, в том числе будущими поколениями.

Разумеется, первостепенной задачей на этом пути становится разработка подходов и методик к классификации и оценке объема экосистемных услуг, которыми располагает та или иная национальная экономика, в том числе и российская. Учитывая весьма ограниченную возможность перемещения места предоставления экосистемных услуг, можно сделать вывод о региональной окраске реализации тех или иных подходов к управлению экосистемными услугами. В работе рассмотрены подходы к идентификации экосистемных услуг и направления способы управления экосистемными услугами на региональном уровне.

В исследовании принята методология прототипа национального доклада «Экосистемные услуги России»¹, согласно которой природный капитал представляется совокупностью полезных ископаемых, геофизических потоков и экосистемного капитала. В свою очередь экосистемный капитал составляют экосистемы и потоки экосистемных услуг. Экосистемные услуги разделены на производственные, средообразующие, инфор-

¹ Экосистемные услуги России: Прототип национального доклада. Т. 1. Услуги наземных экосистем / Ред.-сост. Е.Н. Букварёва, Д.Г. За- молодчиков. — М.: Изд-во Центра охраны дикой природы, 2016. — 148 с.

мационные, а также группу рекреационных услуг, что определяет возможности их регулирования, включая вопросы мониторинга, охраны и обеспечения воспроизводства.

Обобщение результатов исследования позволяет сделать вывод, что актуализация функций экосистем как экосистемных услуг, оказывающих влияние на благополучие человека, определяется тремя факторами: пространственным масштабом данной экосистемной услуги; наличием на соответствующей территории населения; уровнем развития инфраструктуры, достаточной для обеспечения доступности экосистемной услуги для потребителя. Эти же факторы задают и управленческий уровень механизмов интеграции ценности экосистемных услуг в экономику региона¹. В настоящее время использование принципов хозяйствования, до сих пор предполагающих лишь эксплуатацию, приводящую к истощению и уничтожению экосистем, привели к образованию обратной зависимости между уровнями концентрации потенциальных экосистемных услуг и их потенциальных потребителей.

Существенные региональные различия в соотношении «потребители – экосистемные услуги» и возможность межрегиональных взаимодействий актуализируют задачу оценки экосистемных услуг в регионе по трем показателям: предоставленному, необходимому и используемому объемам. При этом соотношение необходимого и предоставленного объемов экосистемных услуг определяются плотностью населения, следовательно, освоенностью территории. Если используемый объем превышает предоставленный, что возможно для услуг производственного и рекреационного типа, усиливается истощение и деградация экосистемы. Если необходимый объем экосистемных услуг превышает предоставленный, не обеспечиваются приемлемые параметры среды жизнедеятельности населения.

Применение экосистемного подхода в региональном управлении подразумевает решение как экологических, так и социально-экономических задач. Первые связаны, по сути, с созданием экологически целесообразной среды обитания человека на конкретной территории, с фокусированием на сохранении основных экосистем и предоставляемых ими экосистемных услуг². Это особенно важно для регионов с высокой плотностью населения, где искусственная среда жизнеобеспечения непрерывно расширяется.

¹ Шеломенцев А.Г., Беляев В.Н., Дорошенко С.В., Бурый О.В. Минерально-сырьевой комплекс как основа социально-экономического развития Урала // Известия Коми научного центра УрО РАН. 2012. № 3 (11). С. 115-122.

² Фоменко Г. А., Фоменко М. А., Лошадки К. А., Гоге Э. А. Экосистемный подход в территориальном управлении природопользованием и охраной окружающей среды // Проблемы региональной экологии. 2018. №1. С. 50-65.

Решение социально-экономических задач предполагает законодательное закрепление распределения расходов на сохранение и поддержание экосистем между их пользователями, например, с использованием концепции «область услуг экосистемы»¹, предусматривающей наделение юридического лица полномочиями взимать плату, соответствующую платежам за пользование экосистемными услугами с тех, кто получает выгоду от таких услуг. Это позволило бы уменьшить зависимость природоохранной деятельности от бюджетного финансирования, а также способствовало бы развитию новых видов экономической деятельности и создание рабочих мест.

Решение социально-экономических задач посредством создания условий для предоставления экосистемных услуг может стать драйвером роста для так называемых депрессивных российских регионов, которые следует тесно связывать с состоянием экономик предприятий, работающих на их территориях². Появление новых видов экономической деятельности, связанной с предоставлением экосистемных услуг могло бы быть поддержано включением в состав приоритетов стратегического развития страны задачи воспроизводства экосистем, переходом к кредитованию, стимулирующему снижению срока окупаемости инвестиций³, а также использованием цифровых форматов экосистемного мониторинга и стратегических моделей сценарного управления региональным развитием с учетом состояния в данном регионе и смежных с ним потенциальных, необходимых и используемых потоков экосистемных услуг.

¹ Heal G. M. et al. Protecting Natural Capital: Ecosystem Service Districts // *Stanford Environmental Law Journal*. — 2001. — 20:2. - P. 33-64.

² Маленков Ю.А. Изменение стратегических приоритетов развития предприятий как фактор экономического подъема депрессивных регионов // «Форсайт «Россия»: Новое индустриальное общество. Будущее». Том 3. Сборник докладов СПЭК. СПб: ИНИР, 2019. С. 648-658.

³ Маленков Ю.А., Кузнецов Ю.В., Анохина Е.М., Жигалов В. М. Теоретико-методологические проблемы оценки стратегической устойчивости предприятий депрессивных регионов // *Экономическое возрождение России*. 2018. №4 (58). С. 81-88.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

FEATURES OF CHANGE MANAGEMENT IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN ECONOMY

Василенок В.Л.,
Vasilenok V.L.,
*д.э.н., профессор, Университет ИТМО,
Санкт-Петербург,
e-mail: fem1421@yandex.ru*

Гусейнова И.В.,
Guseynova I.V.,
*магистрант, Университет ИТМО,
Санкт-Петербург,
e-mail: 14371150@kafedrapik.ru,*

Коробова Е.А.,
Korobova E.A.,
*магистрант, Университет ИТМО,
Санкт-Петербург,
e-mail: ea.korobova@mail.ru*

Ключевые слова:

Управление изменениями, цифровая экономика, гибкость управления, государственное управление

Keywords:

Change management, digital economy, management flexibility, public management

Правовые нормы, созданные до развития цифровых технологий, оказываются неадекватными новой реальности. Одновременно отдельные практики экономической деятельности, основанные на новых технологиях, могут оказаться в правовом вакууме. С одной стороны, это может создать продуктивную среду для развития таких практик за счет низкого административного бремени. С другой стороны, потребители таких цифровых услуг и продуктов находятся в зоне повышенного риска, оставаясь без защиты и обеспечиваемых государственным принуждением механизмов разрешения споров. Непредвиденные долгосрочные эффекты новых технологий могут создавать угрозы обществу в целом.

Таким образом, перед регулятором стоит задача по нахождению баланса между целью способствовать развитию цифровых технологий и необходимостью защиты общественных интересов и прав потребителей. Нахождение этого баланса требует коррекции действующих правовых норм и управленческих подходов. Вместе с тем, разовой коррекции будет недостаточно. Цифровая экономика отличается высокой скоростью появления новых технологий и основанных на них продуктах и практиках, поэтому регулирование должно быть достаточно гибким, чтобы постоянно адаптироваться к

быстрым изменениям. Управление изменениями в сфере цифровой экономики - это формирование и принятие регуляторных решений, которые устраняли бы барьеры и создавали бы благоприятные условия для развития этой сферы, одновременно снижая риски, связанные с широким использованием новых технологий.

Соответствие скорости изменений. Нынешнее государственное управление характеризуется традиционными способами принятия решений, что включает в себя длительные и бюрократические процедуры. Такие консервативные процессы не успевают за скоростью технологических изменений, требующих быстро реакции по управлению изменениями. Таким образом, складывается ситуация, когда управление стратегическими и новыми технологиями регулируются старыми нормами. Перед государством стоит задача перехода к иным алгоритмам, позволяющим повысить скорость адаптации к изменениям. Так, вместо неструктурированной законотворческой практики, необходимы алгоритмы, благодаря которым можно автоматизировать процессы принятия решений, процессы контрольно-надзорной деятельности. Требуется изменить подход к нормативно-правовому регулированию, учитывая современные возможности технологий и позволяя законодательству гибко изменяться¹.

Гибкость управления. Излишняя зарегулированность, формализм и «ручное» принятие решений государственного аппарата ограничивает не только скорость управления изменениями, но и гибкость. Наличие огромного, несортированного корпуса государственных проектов и задач, а также необходимость согласовывать методические и организационные аспекты между различными ведомствами, ограничивает гибкость и реакционность государственного управления на внешние цифровые изменения.

«Гибкость управления по результатам обеспечивается также за счет использования портфельного управления, предусматривающего критерии и порядок включения и исключения отдельных подпрограмм и мероприятий в зависимости от жесткости бюджетных ограничений и с учетом степени влияния этих мероприятий на достижение стратегических целей. В настоящее время один из вариантов портфельного управления реализуется в рамках пилотных госпрограмм. Он основывается на механизме ранжирования, разработанного Минэкономразвития России. Процедура ранжирования проектов (подпрограмм, мероприятий) для их включения в государственную программу с гарантией финансирования основана на таких критериях, как соответствие рассматриваемых проектов целям государственной программы, их реализуемости с учетом разного рода

¹ А.О. Козырев, заместитель Министра связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. URL: <http://council.gov.ru/media/files/Au0gAm5B5FHghPABAABKz5N8OabzMkgM.pdf>

рисков. Однако уже сейчас можно сказать, что она носит слишком формальный характер, основывается на субъективных критериях, практически не ограничивает чиновников в выборе решения»¹.

Повысить гибкость управления возможно через уход от формализма и субъективных критериев – внедрив автоматизацию в принятие решений, в т.ч. ранжирование проектов и задач и сбор данных оценок и критериев в реальном времени, и, таким образом, государственное управление будет быстрее, объективнее и гибче реагировать на цифровые вызовы.

Отчетность. Для эффективного управления изменениями необходимо определение новых правил сбора отчетности, включая статистическую информацию, исключающих дублирование. Необходимо обеспечить информационные потребности общества и государства в режиме реального времени и ввести дистанционные методы сбора отчетности. От управления изменений это требует формирование перечня ключевых действующих ограничений, определение организационной системы сбора информации о качестве регулирования цифровой экономики, повышение скорости и качества регуляторных изменений за счет изменения системы разработки, согласования и принятия нормативно-правовых актов.

Интероперабельность данных. Цифровое государственное управление предполагает переход к оценкам на основе данных, и, следовательно, требуют налаживания систем сбора и обработки данных в автоматическом режиме. Существует необходимость в интероперабельных данных, то есть доступных для сбора и анализа на разных информационных системах и с помощью различных цифровых технологий, которые позволяют их обрабатывать. Отсюда вытекает задача по созданию цифровой среды, где каждый участник мог бы без опасения делиться своими персональными данными.

Цифровая среда доверия. Для эффективного управления изменениями необходимо создать цифровую среду доверия, для того чтобы своевременно получать данные от граждан, бизнеса, стартапов. Требуется построение такой инфраструктуры, которая позволила бы обеспечить безопасность, конфиденциальность и быстрой обработки таких данных.

¹ Госуправление: приоритетные шаги в целях устойчивого развития. Доклад НИУ ВШЭ. URL: <https://www.hse.ru/data/2018/04/09/1164470530/Госуправление.pdf>

НОРМАТИВНАЯ МОДЕЛЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАБОТНИКОВ КАК СПОСОБ ВНЕДРЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ

WORKERS NORMATIVE MODEL AS A WAY TO IMPLEMENT PROFESSIONAL STANDARDS

Давыдовский Ф.Н.,

Davydovsky F.N.,

доктор экономики (Doctor of Economics),

(международная профессиональная степень ЮНЕСКО),

к.э.н., профессор Международного академического

аккредитационного и аттестационного комитета,

Москва,

e-mail: Orion.6969@mail.ru

Величко Е.А.,

Velichko E.A.,

к.э.н., доцент СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: Ideaelena@yandex.ru

Ключевые слова:

Профессиональные стандарты, организация труда, должностные обязанности

Keywords:

Professional standards, work organization, job responsibilities

В настоящее время одним из приоритетных направлений повышения производительности труда является совершенствование организации деятельности работников на основе профессиональных стандартов, определяющих основу организационного закрепления высококвалифицированных сотрудников. Между тем, несмотря на всю очевидность преимуществ регулирования трудовых отношений на основе профстандартов, реально сложившаяся практика их внедрения на предприятиях и в организациях свидетельствует о многочисленных трудностях, возникших при решении данной задачи. По нашему мнению, одной из причин этого является недостаточность методического обеспечения для внедрения профстандартов в реальную практику. В частности, особую сложность вызывает их применимость в части закрепления трудовых функций конкретных работников в виде должностных обязанностей. Определенную роль играет и тот факт, что реально исполняемые обязанности зачастую не отвечают требованиям профстандартов, в том числе в части соответствия работников уровню образования, опыту, профессиональных навыков, знаний и умений.

По нашему мнению, для перехода организации к регулированию трудовых отношений на основе профессиональных стандартов необходимо, во-первых, определить соответствие исполняемых по каждой должности обязанностей требованиям профессионального стандарта, выявить отклонения и предложить меры по их устранению. Во –

вторых, определить соответствие квалификации, опыта и уровня профессиональной подготовки сотрудников в части навыков, умений и знаний по исполняемым должностям, также выявить отклонения и предложить меры по их устранению. В-третьих, сформировать нормативную модель деятельности конкретных сотрудников для определения соответствий и отклонений профстандарта от реально сложившегося функционала должностей.

Для этого необходимо достаточно полно раскрыть содержание каждой должности на уровне трудовых функций и трудовых действий работника. Профстандарты выстроены таким образом, что каждая трудовая функция включает в себя определенные трудовые действия, конкретизирующие содержание каждой должности вплоть до уровня должностных обязанностей. Подобное структурирование трудовой деятельности по существу представляет собой упорядоченную (нормативную) модель деятельности работников, обязанности, уровень квалификации, цели, средства и результаты трудовой деятельности которых строго регламентированы. При этом каждое трудовое действие выступает, в свою очередь, как норма на результат его реализации.

С одной стороны, это требует упорядоченной классификации возможных должностных обязанностей работников для последующей регламентации в документальной форме. С другой, необходимо данную классификацию использовать для установления соответствия трудовых действий по должности с реальным квалификационным уровнем

работника. В рамках данной классификации, сформированной по характеру исполнения, выделяются следующие обязанности: обязанности по исполнению работы (И); обязанности по проверке работы (П); обязанности по согласованию работы (С); обязанности по утверждению работы (У); обязанности по организации работы (О); работы, не входящие

В качестве примера нормативной модели деятельности подразделения, сформированной на основе профстандартов и приведенной выше классификации, можно рассмотреть деятельность работников отдела проектирования бизнес-процессов, занимающих ряд профильных должностей: процессный методолог; процессный аналитик; менеджер по стандартизации и развитию бизнес-процессов; ведущий менеджер по оптимизации бизнес-процессов.

Таблица 1. Нормативная модель деятельности отдела проектирования бизнес – процессов

Трудовые функции	Процессный методолог	Процессный аналитик	Менеджер по стандартизации и развитию бизнес - процессов	Ведущий менеджер по оптимизации бизнес - процессов
Сбор информации о процессе подразделения организации с целью разработки регламента данного процесса или административного регламента подразделения организации	П, У	И	И	Н
Разработка и усовершенствование регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации	П, У	И	И	И
Ввод в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации	О, П, У	И	И	Н
Контроль выполнения регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации	Н	И	Н	И
Анализ кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации для целей их проектирования, усовершенствования и внедрения	О	И	Н	И
Моделирование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации	О	И	Н	Н
Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации	О	И	Н	Н
Внедрение кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации или их усовершенствования	О	И	И	И
Проектирование и внедрение системы процессного управления организации	О, И, С	И	И	И
Проектирование и трансформация процессной архитектуры организации	О, И	И	И	И

Первоначально необходимо построить на основе действующих профстандартов нормативную модель деятельности подразделения для последующего закрепления трудовых функций этих работников в должностных инструкциях, используя предложенную классификацию (таблица 1). Предположим, что деятельность должностей регламентируется только одним профстандартом - «Специалист по процессному управлению»¹. Затем надо определить, какие именно трудовые функции данного профстандарта

¹ Приказ Минтруда России от 17.04.2018 № 248н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по процессному управлению» (Зарегистрировано в Минюсте России 08.05.2018 № 51030) [Электронный ресурс] // СПС Консультант Плюс.

та могут быть включены в состав нормативной модели деятельности отдела. После этого, на основе предложенной классификации обязанностей, закрепить данные функции за конкретными должностями. Использование данной классификации для построения нормативной модели деятельности позволяет, во-первых, обеспечить закрепление должностных обязанностей согласно профстандарту за каждой конкретной должностью¹. Во-вторых, выявить обязанности, не отвечающие требованиям профессионального стандарта. В-третьих, максимально эффективно перераспределить существующие до момента внедрения профстандартов обязанности между сотрудниками.

Таким образом, использование классификации обязанностей по их содержанию позволяет, с одной стороны, создать целостный макет должностной инструкции для должности, закрепить за ней конкретные трудовые функции, зафиксировать характер и содержание их исполнения. С другой стороны, появляется возможность внедрения профессионального стандарта в качестве нормативной модели деятельности структурных подразделений организации, установить норму на деятельность и норму на результат для каждого работника в отдельности и для всей организации в целом.

¹ Давыдовский Ф.Н., Величко Е.А. Построение оптимальной модели обязанностей сотрудников конструкторского бюро на основе метода регламентации трудовой деятельности [Текст] // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 8-5. С. 767-771.

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ РЕКЛАМЫ ПРОДУКЦИИ, ПРОИЗВОДИМОЙ
УЧРЕЖДЕНИЯМИ УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ**

**MANAGEMENT OF ADVERTISING PROCESSES OF PRODUCTS PRODUCED BY
INSTITUTIONS OF THE PENAL SYSTEM**

Дерен И.И.,

Deren I.I.,

*д.э.н., профессор Владимирского юридического
института ФСИН России (ВЮИ ФСИН России),*

Владимир,

e-mail: deren-ivanna@yandex.ru

Ключевые слова:

Управление, реклама, обмен опытом, уголовно-исполнительная система

Keywords:

Management, advertising, departmental target program, exchange of experience, penal system

Управление процессами рекламы продукции, производимой учреждениями уголовно-исполнительной системы, является актуальной темой, поскольку товары и услуги, реализуемые данной системой, также целесообразно продвигать на современном отечественном рынке.

Управление процессами рекламы на продукцию исправительных учреждений уголовно-исполнительной системы, на взгляд автора, должно осуществляться на всех уровнях управления уголовно-исполнительной системы, соответственно на федеральном уровне – ФСИН России, на региональном уровне, например, УФСИН России по Владимирской области, на уровне определенного федерального казенного учреждения, например, исправительной колонии.

В рамках данной научной статьи обратим внимание на управление процессами рекламы продукции, во-первых, на региональном уровне и, во-вторых, на уровне определенного федерального казенного учреждения.

Анализируя информацию по организации процессов рекламы на продукцию исправительных учреждений уголовно-исполнительной системы на региональном уровне, например, УФСИН России по Владимирской области необходимо обратить внимание на следующие подходы к рекламе на соответствующую продукцию:

1) приглашение представителей бизнеса из России и зарубежных стран (например, из городов-побратимов) для участия в региональном Экспоцентре с демонстрацией продукции исправительных учреждений уголовно-исполнительной системы во Владимирской области;

2) разработка и внедрение в 2019 году информационного окна на сайте с рекламной ассортиментной реализуемой продукцией исправительных учреждений уголовно-исполнительной системы во Владимирской области с дальнейшим наполнением подробной информации о качественных и ценовых характеристиках рекламируемой продукции¹;

3) внутрисистемное информирование учреждений о наличии и ассортименте продукции исправительных учреждений уголовно-исполнительной системы;

4) на региональном уровне телевизионная реклама продукции исправительных учреждений уголовно-исполнительной системы;

5) участие в выставочной деятельности на всероссийском или региональном уровнях с образцами продукции исправительных учреждений уголовно-исполнительной системы, необходимо отметить, что продукция производится как для внутрисистемных потребностей, так и для потребностей других правоохранительных органов, а также для индивидуальных потребителей с товарами народного потребления.

Анализируя информацию по организации процессов рекламы на продукцию на уровне определенного федерального казенного учреждения, например, исправительной колонии, целесообразно поддерживать действующие и внедрять новые подходы к рекламе на соответствующую продукцию:

1) информационные выступления перед сотрудниками уголовно-исполнительной системы о продукции конкретных учреждений, например, о возможности приобретения определенной продукции;

2) создание рекламных буклетов с ассортиментной матрицей, при этом целесообразно рекламные буклеты специализировать в зависимости от конечных потребителей: юридических лиц или физических лиц;

3) публикация рекламы продукции исправительных учреждений в специализированных журналах, например, Ведомости уголовно-исполнительной системы;

4) публикация рекламы продукции исправительных учреждений в местной прессе;

5) организация мероприятий по связям с общественностью, например, участие с продажами продукции на Днях города, участие в благотворительных акциях с бесплатным распространением продукции для индивидуальных потребителей;

¹ Официальный сайт УФСИН по Владимирской области <http://33.xn--h1akkl.xn--p1ai/izdeliya-c-proizvodstva/index.php> (дата обращения 01.10.2019).

6) проведение Интернет-рекламы продукции исправительных учреждений на сайтах учреждений;

7) распространение сувенирной продукции с рекламой продукции исправительных учреждений и контактными телефонами отделов маркетинга или сбыта данных учреждений.

При реализации данных двух комплексов мероприятий, целесообразно предусмотреть мониторинг эффективности каждого данного комплекса с целью исключить или добавить конкретные рекламные мероприятия в зависимости от ассортиментной матрицы определенного федерального казенного учреждения.

Проблема систематизации рекламных процессов связана, прежде всего, с тем фактом, что рекламой на местах занимаются, как правило, специалисты без высшего экономического образования по профилю «маркетинг» или «реклама», что в определенной степени отражается на эффективности проводимых рекламных мероприятий. Одним из механизмов выхода из данной проблемы может являться разработка системы обмена опытом специалистов отделов маркетинга и сбыта федеральных казенных учреждений, которые занимают лидирующие позиции среди аналогичных учреждений по объему реализации производимой продукции.

Кроме детализации мероприятий, необходимо отметить, что поддержка регионального руководства играет важную роль в управлении процессами рекламы продукции, производимой учреждениями уголовно-исполнительной системы, и только при условии совместной работы можно достигнуть повышения эффективности рекламных мероприятий, что выразится в повышении объемов производимой и реализуемой продукции данных учреждений.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ И ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ
ВОССТАНОВЛЕНИЕМ РАЗРУШЕННОГО ЖИЛИЩНОГО ФОНДА
НА ТЕРРИТОРИЯХ С ОСОБЫМ СТАТУСОМ**

**IMPROVEMENT OF RESTORATION MANAGEMENT METHODS AND
TECHNOLOGIES OF THE DESTROYED HOUSING STOCK IN TERRITORIES
WITH THE SPECIAL STATUS**

Иванов М.Ф.,

Ivanov M.F.,

*д.э.н., профессор, зав. кафедрой Донбасской национальной
академии строительства и архитектуры (ДонНАСА),*

Литвинов Р.В.,

Litvinov R.V.,

*аспирант Донбасской национальной академии
строительства и архитектуры (ДонНАСА),*

Макеевка, Украина,

e-mail: mixivanov@mail.ru

Ключевые слова:

Методы управления, технологии управления, восстановление разрушенного жилищного фонда, антикризисные методы и технологии управления

Keywords:

Management methods, management technologies, restoration of the destroyed housing stock, anti-crisis methods and management technologies

В настоящее время в Донецкой Народной Республике (ДНР) в результате военных действий разрушено более 27 тыс. частных и многоквартирных жилых домов, более 2 тыс. семей нуждается в решении проблемы восстановления разрушенного жилищного фонда. ДНР является непризнанным государством и относится к территориям с особым статусом, что в целом характеризуется сложными военно-политическими и социально-экономическими условиями. В существующих условиях в организациях ДНР, в том числе и на предприятиях ЖКХ, используются в комплексе общеизвестные методы управления, а именно: административно-правовые, экономические и социально-психологические. В силу сложного военно-экономического положения доминируют административно-правовые, однако создание законодательной базы отстает от потребностей государственного и производственно-хозяйственного управления. Применяемые технологии управления на предприятиях отстают от требований времени, что объясняется теми же сложными условиями хозяйствования. В связи с этим проблемы совершенствования методов и технологий управления особенно восстановлением разрушенного жилищного фонда в ДНР являются особенно актуальными.

В современных условиях внешняя среда функционирования экономик непризнанных государств характеризуется неопределенностью изменений, что особенно актуальным является для экономики ДНР в целом и ее сферы ЖКХ в частности. Однако

проблемы восстановления разрушенного жилищного фонда в ДНР требуют совершенствования методов и технологий управления этим восстановлением в условиях неопределенности и непризнанности. Эти проблемы являются малоизученными и требуют активизации исследований.

Основной целью исследования является совершенствование методов и технологий управления восстановлением разрушенного жилищного фонда на территориях с особым статусом.

В существующем организационно-экономическом механизме регулирования развития предприятий ЖКХ в ДНР основным источником финансирования всех работ, проводимых в ЖКХ, являются государственный бюджет и гуманитарная помощь из Российской Федерации. Если учесть, что госбюджет ДНР в условиях войны не имеет достаточно финансовых средств, то возможности финансирования восстановления разрушенного жилищного фонда в таких условиях являются весьма ограниченными.

Проведенный анализ применяемых методов и технологий управления в указанном направлении деятельности показывает неэффективность действия административно-правовых методов в связи с отсутствием целого ряда законодательно-нормативных актов, которые еще не разработаны или пока не приняты в ДНР, а существующие законы Украины уже не целесообразно применять. Экономические методы не могут быть задействованы в полном объеме в связи с отсутствием необходимой государственно-экономической инфраструктуры и значительной ограниченностью внешнеэкономических связей. В условиях чрезвычайных ситуаций предприятиям ЖКХ оказывается гуманитарная помощь из Российской Федерации, однако восстановлено на сегодняшний день около 46% разрушенного жилищного фонда ДНР. В связи с вышеизложенным большее применение получили социально-психологические методы управления, которые до некоторой степени смягчают социальную напряженность. Среди методов антикризисного управления в основном используются методы в соответствии с концепцией минимизации расходов. Однако комплекс задач по восстановлению разрушенного жилищного фонда в ДНР требует расширения возможностей привлечения дополнительных финансовых ресурсов и инвестиций в сферу ЖКХ, особенно в восстановление разрушенного жилищного фонда.

В этих условиях одним из главных направлений совершенствования методов и технологий управления восстановлением разрушенного жилья в ДНР целесообразным является сочетание административно-правовых методов мобилизационной экономики с экономическими и социально-психологическими методами антикризисного управления

с использованием современных информационных технологий. Необходимо применять методы антикризисного управления с использованием концепции анимализма¹, а именно: с доминированием «человеческого фактора», что позволит использовать потенциалы развития корпоративной культуры в организациях ДНР в целом и на предприятиях ЖКХ в частности, на основе использования трансграничного сотрудничества по использованию опыта соответствующих субъектов Российской Федерации.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ СИСТЕМЫ ХРАНЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

INSTITUTIONAL SUPPORT FOR THE MANAGEMENT OF THE FORMATION OF THE STORAGE SYSTEM OF AGRICULTURAL PRODUCTS

Капустина Н.В.,

Kapustina N.V.,

д.э.н., профессор, «Российский новый университет»,

Москва,

e-mail: kuzminova_n@mail.ru

Абдулрагимов И.А.,

Abdulragimov I.A.,

д.э.н., профессор, «МГУТУ им. К. Г. Разумовского (ПКУ)»,

Москва,

e-mail: dr.abdulragimov@mail.ru

Ключевые слова:

Системы хранения, агропромышленный комплекс, институциональное обеспечение управления

Keyword:

Storage systems, agroindustrial complex, institutional support of management

В настоящее время проблемы сохранности произведенного сельскохозяйственной продукции и сырья, а также ее доставки до конечного все большее социально-экономическое значение. Масштабы производимой продукции российским агропромышленным АПК и ее номенклатура требуют применения различных технологий для соблюдения фитосанитарных и ветеринарных норм, технологических показателей качества и безопасности продукции.

Институциональное обеспечение АПК, в том числе и систем хранения сельскохозяйственного сырья и продовольствия является достаточно сложным социально-

¹ Королькова Е.М. Антикризисное управление с учетом факторов риска инвестиционной деятельности предприятия / Е.М. Королькова // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2015. – № 3(15). – С. 53-163.

экономическим явлением. Основные элементы институциональной структуры АПК условно можно разделить на шесть групп.

1. Институты власти относятся к основным элементам институциональной структуры агропромышленного комплекса и систем хранения сельскохозяйственной продукции. В настоящее время государственная поддержка системе хранения и логистики АПК осуществляется в рамках подпрограммы 10 «Развитие оптово-распределительных центров и инфраструктуры системы социального питания» Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы.

2. Институты-нормы. При осуществлении рыночных реформ, которые поспешно проводятся, без необходимого ресурсного, научного, экономического и правового обеспечения, скрупулезной концептуальной подготовки, без учета продолжительности и закономерностей переходного этапа во всех современных организационно-правовых формах хозяйств, в первую очередь, крупных сельскохозяйственных предприятиях произошла поверхностная, институциональная реформа.

3. Институты-организации. Следуя общим принципам экономической практики и теории, в концептуальном отношении, суть аграрной структуры обуславливается формами и правом собственности, как основы всей системы воспроизводственных отношений. Основная роль в этом случае отводится конкретной организационно-правовой работе регионального уровня.

4. Институты развития. В исследованиях, проведенных ВИАПИ им. А.А. Никонова выделяют три типа аграрных региональных структур: с преобладанием корпоративного сектора, с преобладанием индивидуального и семейного сектора и смешанный тип аграрной структуры. К первому типу относятся субъекты РФ, где доля сельскохозяйственных организаций (предприятий) в валовом продукте превышает 50%, ко второму – доля семейных хозяйств выше – 75%; к третьему – все остальные регионы (доля сельскохозяйственных организаций (предприятий) – 25-50%, доля семейного сектора – 50-75%)¹.

5. Институты-контракты. В последнее время активизировалось формирование институтов организаций, которые способствуют технико-технологическому, научно-техническому и инновационному развитию систем хранения сельхозпродукции. К та-

¹ Отчет о научно-исследовательской работе «Разработать методы оценки влияния аграрных структур на эффективность сельского хозяйства» [Электронный ресурс] <http://www.viapi.ru/download/2015/200150211-rep-otd-ins-ana-01.pdf> - Дата обр. 14.12.2018г.

ким организациям стоит отнести различные отраслевые союзы и ассоциации, которые все в большей степени реализуют главную экономическую миссию.

6. Неформальные институты. Обычаи и традиции значительно влияют на институциональную структуру аграрного сектора экономики, в особенности в образованиях, где присутствует многонациональность. Неформальные институты полагаются, в первую очередь, на культурные ценности и традиции, устоявшиеся в обществе.

В результате проведенных исследований следует отметить, что в настоящее время институциональные основы формирования систем хранения созданы, однако существует ряд определенных проблем, требующих решения:

- в законодательной сфере следовало бы на региональном уровне разработать свои подпрограммы развития систем хранения в рамках подпрограммы Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы.

- в сфере нормативного обеспечения систем хранения, действующие законодательство требует доработки и адаптации к современным нормам и методам хранения продукции;

- в области организационных условий хранения необходима технико-технологическая модернизация систем хранения сельскохозяйственной продукции в целях ее соответствия современным нормативным требованиям.

Основная проблема механизмов и методов трансформации институциональных процессов рынка, в частности формирования современной новой системы хранения сельхозпродукции, не всегда достаточно аргументирована и научно обоснована и по многим аспектам противоречива. Все это мешает разработке стратегических четких ориентиров и целей дальнейшего развития этих процессов и получению желаемых и запланированных результатов осуществляемых реформ.

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ - ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ТЕХНОЛОГИИ И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА**

**DIGITALIZATION IS THE MOST IMPORTANT DIRECTION OF IMPROVING
TECHNOLOGY AND INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE TOURISM
BUSINESS**

Клейман А.А.,

Kleiman A.A.,

*д.э.н., профессор Балтийской академии
туризма и предпринимательства,*

Санкт-Петербург,

e-mail: aklejman@yandex.ru

Бабанчикова О.А.,

Babanchikova O.A.,

к.э.н., доцент, заведующая кафедрой,

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,*

Санкт-Петербург,

e-mail: babaolga@rambler.ru

Ключевые слова:

*Туристский бизнес, цифровизация, искусственный интеллект, конкурентоспособность
турпродукта, технологии онлайн-продаж*

Keywords:

*Tourism business, digitalization, artificial intelligence, competitiveness of tourism products,
online sales technologies*

Актуальность рассматриваемой темы связана с тем, что мы стоим на пороге не просто цифровизации экономики, но и внедрения искусственного интеллекта (ИИ). Эти инновации выступают в качестве решающего фактора повышения конкурентоспособности туристского бизнеса¹. Президент России В.В. Путин в послании Федеральному собранию 20 февраля 2019 г. предложил создать национальную программу в области искусственного интеллекта. Несомненно, что ИИ в недалеком будущем найдет широкое применение и в туристском бизнесе.

Туристский сектор России сохраняет значительный потенциал для ускорения темпов роста и усиления роли в развитии экономики. В последние годы отрасль формирует 3,8% валового внутреннего продукта страны и 0,7% общей численности занятых, что значительно ниже, чем в ряде развитых стран мира. Объем платных туристских услуг, реализованных в стране турфирмами, в последние 3 года сохраняется на уровне около 160 млрд. рублей. Места размещения, имеющиеся в регионах, по данным

¹ Клейман А.А., Бабанчикова О.А. О необходимости качественных изменений и повышения эффективности менеджмента в условиях дигитализации туристического бизнеса // Вестник Национальной академии туризма. № 1(45). 2018. С. 27-34.

Федеральной службы государственной статистики, заполняются в среднем не более чем на 35%. Около 60% туристских пакетов российских турфирм реализуются в иностранных государства, составляя конкуренцию отечественным туристским направлениям¹.

Ключевыми конкурентными преимуществами развития туризма в Российской Федерации являются наличие множества точек притяжения для внутренних и въездных туристов, имеющих, в том числе, общемировое значение для развития разнообразных видов туризма, ориентированных практически на любые группы потребителей. Росту конкурентоспособности и раскрытию потенциала туристского продукта Российской Федерации будет способствовать достижение уровня мировых лидеров в развитии цифровой инфраструктуры и сервисов, развитие цифровых платформ продвижения туристских продуктов и брендов, цифровых средств навигации и формирования туристского продукта.

«Конкурентоспособность туристского продукта формируется через раскрытие потенциала туристских ресурсов и определяется качеством и доступностью транспортной инфраструктуры, качеством обеспечивающей инфраструктуры, состоянием и стоимостью использования туристской инфраструктуры, качеством обслуживания и стоимостью сервиса, а также узнаваемостью и привлекательностью бренда страны и отдельных туристских направлений»².

Внедрение цифровых технологий формирует основные тенденции развития туристской отрасли, все больше оказывая влияние практически на все составные части туристского продукта через снижение транзакционных издержек и повышение информированности участников цифровых сервисов и платформ. Цифровизация в туризме формирует предпосылки для повышения прибыльности отрасли, постепенного перехода традиционных участников рынка в онлайн-сферу с соответствующим переключением финансовых потоков. Тенденции развития туристских информационных систем и платформ показывают их возрастающую значимость для рынка туристских услуг.

Тренды туристского рынка и цифровая трансформация турбизнеса оказывают влияние на быструю динамику процессов, происходящих в туризме, рост туристских потоков и доходов от туризма. Уже в ближайшей перспективе можно ждать самых невероятных изменений: это активное использование виртуальных ассистентов с искус-

¹ Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р. URL: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения: 25.09.2019).

² Там же.

ственным интеллектом, оплата криптовалютой. Все это можно будет делать через приложение на телефоне с виртуальным онлайн-помощником на базе искусственного интеллекта. Помощники-боты с технологией поиска закономерностей в данных и их интуитивной обработкой смогут сами ставить бронь на отели. В итоге в будущем турагентства сменятся цифровым помощником-аватаром¹. Уже в этом году четыре пятых россиян для организации своего летнего отдыха не обращались за помощью к турфирмам, а самостоятельно организовали свое путешествие.

Все проверки и паспортные контроли в аэропортах также останутся в прошлом – вместо этого будут работать биометрические технологии с распознаванием лиц, интеграцией со смартфоном и электронными ваучерами. Такие системы уже используются в аэропортах Москвы и Санкт-Петербурга. Появится полноценный интернет на борту всех авиалайнеров.

Среди важнейших цифровых решений в сфере туризма можно выделить следующие: создание туристского маркетплейса и централизацию усилий по продвижению туристского продукта Российской Федерации; внедрение и развитие мультязычных сервисов помощи туристам; разработку и реализацию электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения; предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг; обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями в онлайн-режиме; внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта; развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц; разработку мультимедийных приложений для объектов показа, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов².

Все участники туристского рынка должны осознать необходимость инвестировать в технологии, которые определяют выживание и успех бизнеса. Практически все туристические компании сегодня ведут бизнес в Интернете. Технологии позволяют предоставить путешественникам максимальный набор продуктов на одном сайте. Турагентства работают над тем, чтобы найти технологии, благодаря которым они могут в автоматическом режиме получать из соцсетей дешевые и качественные заявки, исполь-

¹ Туризм будущего: прогнозы футурологов. 11. 02. 2019. URL: <https://www.tourprom.ru/news/41499/> (дата обращения: 25.09.2019).

² Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р. URL: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения: 25.09.2019).

зую связку из простого таргетинга по интересам и чат-бота, который сам выявит потребности туристов и возьмет у них контакты. Одно из ключевых значений имеет удобство веб-страницы, наличие надежного поставщика платежных услуг, который возьмет на себя все заботы по интернет-эквайрингу, остро стоит проблема обеспечения безопасности при работе в сети.

Таким образом, мы стоим на пороге не просто цифровизации турбизнеса, но и внедрения искусственного интеллекта. Исходя из этих реалий, чтобы быть конкурентоспособной, отечественная туротрасль должна развиваться в русле мировых трендов и современных технологий. В условиях глобальной цифровой «перезагрузки» бизнес-процессов, которая происходит в настоящее время, становится наиболее востребованной квалификация персонала. Рост эффективности каждого сотрудника, в том числе с помощью внедрения новых технологий, расширение количества предоставляемых услуг без роста расходов, правильный выбор партнеров - это неполный список мер повышения конкурентоспособности и эффективности туристского бизнеса.

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ОТ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ К НОВЫМ МОДЕЛЯМ РОСТА

MANAGEMENT OF DIGITAL TRANSFORMATION PROCESSES: FROM ORGANIZATIONAL CHANGES TO NEW MODELS OF GROWTH

**Коваленко Б.Б.,
Kovalenko B.B.,
д.э.н., профессор Университета ИТМО,
Санкт-Петербург,
e-mail: kovalenkb@mail.ru**

Ключевые слова:

Научно-технологическое развитие, цифровая трансформация, бизнес-организация, бизнес-модель, методы менеджмента

Keywords:

Scientific and technical development, digital transformation, business organization, business model, methods of management

В глобальном тренде научно-технологического развития XXI века важнейшим фактором становятся цифровые технологии¹. Вхождение в глобальный тренд научно-технологического развития стало возможным в результате интеграции вычислительных ресурсов и физических процессов на всем протяжении процесса создания ценности продукта. Появилась возможность значительного расширения границ традиционных

¹ Росс, Алек. Индустрии будущего: АСТ; Москва; 2017. Келли, Кевин. Неизбежно. 12 технологических трендов, которые определяют наше будущее / Кевин Келли; пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017.

индустриальных отраслей за счет технологических прорывов в областях накопления и концентрации больших данных, кодировки и расшифровки потоков информации, превращения информации в новые знания и т.д.¹

Широкое применение цифровых технологий привело к глобальной трансформации отраслей традиционной индустрии, оптовой и розничной торговли, логистики и финансов. Скорость проведения деловых операций стала измеряться секундами. Базовым условием успеха и долгосрочного развития бизнеса становятся нематериальные активы².

Результаты научных исследований позволили выдвинуть гипотезу о том, что ускорение цифровой трансформации коренным образом меняет традиционные условия деятельности предприятий и организаций. Новые технологические условия создают атмосферу поиска новых бизнес-моделей и методов менеджмента, которые ранее не были известны. Поэтому в настоящее время актуальными становятся исследования предпосылок изменений моделей бизнеса и методов менеджмента. Необходим активный мониторинг технологического развития для интенсивного исследования глобальных технологических трендов и предпосылок перехода к новым стратегиям и моделям бизнеса. Новые стратегии покажут, какими должны быть бизнес-модели организаций и процессы предпринимательства.

Дедуктивные заключения, полученные в результате системного анализа действующего стратегического менеджмента, позволило выявить особенности цифровой трансформации на современном этапе технологического развития. Активизировался рост взаимосвязей экономик отдельных стран и выросла степень участия развивающихся стран в мировых товарных потоках, увеличилось потребление услуг и капитала. Значительно увеличилась плотность информационных потоков: больших данных, видео, транзакций, электронной коммерции, бизнес-аналитики между странами, регионами, корпорациями, физическими лицами. Например, трансграничные потоки данных на глобальном уровне с 2005 по 2014 год возросли в 45 раз и достигли 2,8 трлн. долл.

¹ Роботы наступают: Развитие технологий и будущее без работы / Мартин Форд: Альпина нон-фикшн; Москва; 2016. Четвертая промышленная революция: Э; Москва; 2016. Технологии Четвертой промышленной революции: [перевод с английского] / Клаус Шваб, Николас Дэвис: Эксмо; Москва; 2018.

² Цифровой вихрь. Как побеждать диджитал-новаторов их же оружием: Эксмо; Москва; 2018. Скиннер, Крис Человек цифровой. Четвертая революция в истории человечества, которая затронет каждого / Крис Скиннер; пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.

США. При этом рост потоков данных за указанный период, оказал на рост мирового ВВП большее влияние, нежели мировая торговли товарами¹.

Процессы цифровой трансформации дают повод активно менять модели ведения бизнеса и развивать новые направлений деятельности: использовать глобальные цифровые платформы для доступа к клиентам, рабочей силе, финансовым ресурсам; вести удаленный мониторинг операций, обслуживание клиентов, управлять цепочками поставок, вести трансграничные платежи; взаимодействовать в режиме реального времени; использовать большие данные, искусственный интеллект для бизнес-процессов и решений.

Как показывает практика, широкое применение цифровых технологий оказывает прямое влияние на изменение бизнес-моделей. Происходит это преимущественно в рамках трех направлений:

1. Возникновение новых компаний на существующем рынке посредством использования электронных платформ (Uber, Airbnb, Amazon, Lamoda, Wildberries и др.). Новые компании выходят на существующий рынок технологически сложного продукта, на котором клиентам трудно ориентироваться в новом, привлекательном ценностном предложении.

2. Новые бизнес-модели для традиционных конкурентов. Компании, работающие на рынке, внедряют бизнес-модель, более привлекательную для клиентов. Например, компания Nordstrom, реализовала переход от традиционного офлайн-бизнеса (универсам) к омниканальному онлайн-бизнесу. Она совместила лучшее, что есть в магазинах (осознаемые взаимодействия с клиентами, в основе которых лежит продукт) и интернет-пространстве (неосознаемые взаимодействия с клиентами, в основе которых лежит услуга, ориентированная на потребительский опыт)².

3. Пересечение границ отрасли. Компании – лидеры отраслей, активно используют цифровые каналы для закрепления позиций на рынках других отраслей.

Изменения, которые происходят в процессе цифровой трансформации, не позволяют большинству бизнес-организаций остаться в стороне от магистральных трендов научно-технологического развития. Своевременная реакция становится условием сохранения внутренней энергии сохранения и дальнейшего развития бизнеса в любой отрасли национальной и мировой экономики. Поэтому своевременно отреагировать на

¹ McKinsey Global Institute, Digital Globalization: the new era of global flows. Executive Summary, march 2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mckinsey.com>.

² Weill P., Woerner S., "Optimizing Your Digital Business Model", MIT Sloan Management Review (spring 2013), reprint 54322.

революционные события является насущной необходимостью для любой современной компании. Настало время оценить угрозы, осознать возможности и начать создавать новые варианты развития бизнеса.

До последнего времени цели и стратегии были очевидны, не требовалось внимательно рассматривать отдаленные перспективы, казавшиеся раз и навсегда определенными и «прозрачными». Научно-технологическое развитие шло в трендах, сформировавшихся в первой половине XX века, на «заре появления» научного менеджмента. В то время организации строились по правилам функционального организационного структурирования, а управление организацией создавалось в виде иерархии взаимозависимых уровней постановки целей, задач и отчетов об исполнении.

В условиях развития новых технологий и продуктов, степень неопределенности необычайно возрастает. Сложнее ставить цели и задачи на длительную перспективу, строить стратегии, используя сложившиеся подходы и инструменты в менеджменте.

Без четкого представления об условиях успешной деятельности в цифровой экономике бизнес организаций неизбежно будет замедляться, в то время как конкуренты, перехватив коммуникации с клиентами, будут наращивать обороты.

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА РЕГИОНА

EVALUATING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF INNOVATIVE ACTIVITY IN THE AREA OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES OF THE REGION

Куклина Е.А.,

Kuklina E.A.,

д.э.н., профессор, СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ,

Санкт-Петербург,

e-mail: kuklina-ea@ganepa.ru,

Мицеловская О.С.,

Mitselovskaya O.S.,

аспирант, СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ,

Санкт-Петербург,

e-mail: mitselovskaya@mail.ru

Ключевые слова:

Жилищно-коммунальная сфера, инновационная деятельность, цифровые технологии, экономическая эффективность

Keywords:

Housing and communal services, innovation, digital technology, economic efficiency

Согласно «Стратегии развития жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации на период до 2020 года», приоритетами государственной политики в жи-

лично-коммунальной сфере являются: повышение комфортности условий проживания; модернизация и повышение энергоэффективности объектов жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ); переход на принцип использования наиболее эффективных технологий, применяемых при модернизации (строительстве) объектов коммунальной инфраструктуры и модернизации жилищного фонда¹.

Для реализации этих стратегических приоритетов необходимо применять инновационные решения, внедрять инновационные проекты и осуществлять программы инновационного развития ЖКХ, что позволит решить клубок проблем, которые способствовали лидирующей позиции ЖКХ в народном «антирейтинге»².

Исследование вопросов инновационного развития, разработка инновационной модели развития ЖКХ, а также использование инновационного подхода к управлению проектами в жилищно-коммунальной сфере региона является в высшей степени актуальным, учитывая необходимость обеспечения достойных условий жизни и комфортности проживания граждан как одного из ключевых элементов достижения социальной цели в рамках концепции устойчивого развития.

Так, например, поставлена задача создания методики оценки эффективности разработки и реализации проектов развития ЖКХ, особенностью которой является совместное использование показателей инновационной активности и результативности изменений показателей в отрасли, учитываемых при построении инновационного профиля сферы ЖКХ региона, с показателями ресурсоемкости и эффективности ресурсопотребления при планировании, организации и контроле качества результатов проектов развития ЖКХ³.

В совокуности задач, решаемых в рамках исследования инновационного процесса и его особенностей в сфере ЖКХ, необходимо отметить важность оценки экономической эффективности инновационной деятельности в данной сфере.

¹ Стратегия развития жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации на период до 2020 года (в редакции Распоряжения Правительства Российской Федерации от 18.10.2018г. № 2253-р), утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 26 января 2016 г. № 80-р. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_192971/

² Куклина Е.А., Мицеловская О.С. Государственная корпорация как инструмент модернизации жилищно-коммунальной сферы Российской Федерации: pro et contra / Материалы XI Международной научно-практической конференции «Государство и бизнес. Экосистема цифровой экономики» 24-26 апреля 2019 г. - Том 2 - СПб. - 2019.- С. 121-126.

³ Ермолаев Е.Е., Склярова Е.А., Абдулов Р.Ф. Инновационный подход к управлению проектами в жилищно-коммунальной сфере / Инновационные стратегии развития экономики и управления. Сб. статей. Самарский государственный архитектурно-строительный университет. Самара. - 2017. - С. 313-317.

На основании ранее выполненных исследований нами были сделаны следующие выводы¹.

1. Существуют три основных подхода к исследованию эффективности, первый из которых основан на соответствии интересам, второй - на максимизации (минимизации) значений каких-либо величин, третий - на соответствии некоторым принципам.

2. Перспективными направлениями развития подходов к оценке экономической эффективности инновационных проектов являются многокритериальный подход, опционный подход (метод реальных опционов), нечетко-множественный подход, а также синтез теоретико-вероятностных и нечетко-множественных методов при анализе возможности венчурного финансирования инвестиционных проектов на основе реальных опционов.

В настоящее время инновационное развитие ЖКХ непосредственно связано с процессом цифровизации отрасли, вступающим в активную стадию, на которой концепции и форсайт трансформируются в управленческие решения и практические действия. В этих условиях оценку экономической эффективности инновационных проектов - цифровых технологий, можно рассматривать в двух аспектах:

- в логике социальной ответственности (экономическая эффективность использования зарубежных методов управления жилого дома проявляется, в основном, в социальной ответственности в области ЖКХ²);
- в логике применения цифровых технологий (с позиции общих принципов и методов, используемых при внедрении информационных технологий).

Теоретико-методологическую основу оценки экономической эффективности цифровых технологий в ЖКХ, по нашему мнению, должна составлять теория принятия решений; обоснование выбора оптимального решения включает: формирование структуры принятия решения; сбор и анализ информации; выработку решения; обучение на основе полученного опыта.

В отечественной и зарубежной литературе представлены различные классификации методов оценки эффективности информационных технологий. Для целей оценки экономической эффективности цифровых технологий и решения задачи выбора опти-

¹ Мишеловская О.С. К проблеме оценки эффективности инновационных проектов: современное состояние и перспективы развития // Управленческое консультирование. - № 9. - 2019. - С.134-145.

² Ермолаев Е.Е., Умнова Д.И. Зарубежный инновационный опыт эффективного управления объектами жилищно-коммунального хозяйства / Инновационные стратегии развития экономики и управления. Сб. статей. Самарский государственный архитектурно-строительный университет. Самара. - 2015. - С. 256-259.

мальных инвестиционных решений нами рекомендуется использовать метод реальных опционов и метод оценки стоимости информации.

В случае использования бюджетных источников финансирования (в рамках реализации государственной программы), рассчитывается бюджетная эффективность инвестиций исходя из соотношения затрат на реализацию программы и суммы налоговых поступлений в бюджеты всех уровней от ее реализации.

ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В УПРАВЛЕНИИ ВУЗОМ

APPLICATION OF LEAN PRODUCTION CONCEPT IN HIGHER EDUCATION MANAGEMENT

Левизов В.А.,
Levizov V.A.,
*д.э.н., доцент, зав. кафедрой Государственного института
экономики, финансов, права и технологий (ГИЭФПТ),
Гатчина,*
e-mail: kaf-mark@gief.ru,
Праведный Ф.К.,
Pravedniy F.K.,
*специалист Государственного института
экономики, финансов, права и технологий (ГИЭФПТ),
Гатчина,*
e-mail: flipp.pravedniy@yandex.ru

Ключевые слова:

Высшее образование, бережливое производство, виды бесполезных расходов

Keywords:

Higher education, lean manufacturing, types of useless expenses

Процесс цифровизации экономики неизбежно приведет к коренным преобразованиям в организации деятельности предприятий в различных секторах экономики. Так как во многом деятельность вузов связана с созданием и передачей информации, они также будут вынуждены адаптироваться к новым условиям. Существующие попытки широкого применения информационных технологий в учебном процессе могут не обеспечить требуемой отдачи на инвестиции, так как сфера высшего образования в настоящее время скорее нуждается не в автоматизации процессов, но в творческом переосмыслении существующей практики. Во многом по причине значительного уровня государственного регулирования и бюджетного финансирования в сфере высшего образования и многие подходы к обучению не претерпели существенных изменений. Однако развитие интернет-образования и корпоративных университетов способно привести к сокращению спроса на услуги вузов.

Создателем концепции бережливого производства считается Д. Крафчик¹. Данный подход возник в результате осмысления западными учеными особенностей организации деятельности фирмы «Тойота». К сожалению, наличие стереотипов восприятия не позволило Д. Вумеку и Д. Джонсу всесторонне исследовать практику деятельности данной японской фирмы. Тем не менее, даже применение отдельных инструментов бережливого производства в деятельности западных предприятий привело к значительному повышению их эффективности. Очевидно, что внедрение элементов данной концепции позволит, а значительно улучшить деятельность вузов. Это особенно важно в связи со значительным недовольством населения и руководителей государственных органов власти высокой стоимостью услуг в сфере высшего образования как в РФ, так и за рубежом.

Так как основными характеристиками услуги являются непостоянство, несохраняемость, неосязаемость, неотделимость, то очевидно, что необходимо внести существенные изменения в особенности применения инструментов бережливого производства в сфере услуг. Использование концепции бережливого производства в сфере высшего образования осложняется тем, что деятельность вузов во многом связана с получением, созданием и распространением знаний. Специфика деятельности высших учебных заведений требует внесения изменения и в состав видов бесполезных расходов. Тайити Оно выделяет «семь видов бесполезных расходов: брак, перепроизводство, излишние запасы, излишние операции, излишнее перемещение, ненужная транспортировка, ожидание².» Так как работа вузов невозможна без совершенствования существующих и создания новых знаний, то важнейшим препятствием в данной области является проблема повышения мотивации работников. Еще в 1999 году Д. Ульрих предложил свой вариант определения величины интеллектуального капитала организации. Он определил его как произведение квалификации на мотивацию³. С. Бахкол указывает на важность адекватности систем материального и морально стимулирования для успешного долгосрочного инновационного развития фирмы⁴. Таким образом, необходимо дополнить существующие виды бесполезных расходов в сфере высшего образо-

¹ Krafcik, J.F. Triumph of the Lean Production System. // Sloan Management Review 1988, vol.30, Issue 4, pp. 41-52.

² Taiichi Ohno, The Toyota Production System: Beyond Large Scale Production – L.: Productivity Press, 1988, pp. 19-20.

³ Ulrich D. Intellectual Capital = Competence X Commitment. // Sloan Management Review, 1998, vol. 39, Issue 2, pp. 15–26.

⁴ Bahcall S. The Innovation Equation // Harvard Business Review. 2019, vol. 96, Issue 2, pp.74-81.

вания таким элементом, как недостаточная мотивация обучающихся и персонала, что можно рассматривать как элемент научной новизны.

Д. Вумек и Д. Джонс выделяют «следующие принципы бережливого производства:

1. Определение ценности с точки зрения клиента
2. Создание модели потока ценности
3. Обеспечение непрерывного движения заказов
4. Внедрение тянущей системы производства
5. Постоянное совершенствование¹».

Однако применение принципов бережливого производства в сфере высшего образования также имеют свои особенности. Так как важнейшей задачей вузов является подготовка высококвалифицированных специалистов, то целесообразно установить длительные и взаимовыгодные отношения с работодателями. В условиях высокой экономической нестабильности бизнес-процессы на современных предприятиях значительно отличаются. По данной причине студентам нужно предоставить возможность ознакомиться со спецификой функционирования конкретной фирмы, на которой они, возможно, захотят работать. Также на целом ряде предприятий, особенно зарубежных, зачастую применяются новые технологии и методики, которые могут быть включены в учебную программу. Еще одним преимуществом установления долгосрочных отношений станет возможность для будущих специалистов адаптироваться к особенностям существующей на предприятии организационной культуры. Выбор конкретных видов карт для описания особенностей существующих бизнес-процессов будет определяться тем, какие виды бесполезных расходов являются наиболее значительными на предприятии. Например, если значительная часть студентов не способна успешно завершить обучение, то целесообразно применить карту уровня качества. Для сокращения времени выполнения заказа необходимо обеспечить непрерывное движение предметов труда в процессе обслуживания. Сокращение затрат времени и повышения качества обучения может быть достигнуто как за счет повышения практической направленности обучения, так и посредством применения передовых педагогических методик, например системы Шаталова. Повышение автономии обучающихся при выборе учебных дисциплин, развитие долгосрочных отношений с работодателями позволит внедрить тянущую систе-

¹ Вумек Д., Джонс Д. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2013. с.25-26.

му в сфере высшего образования. Непрерывное совершенствование в вузе предполагает разработку программ по эффективному менеджменту знаний и управлению талантами.

СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ

SAVING CULTURAL IDENTITY OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE MODERN CONTEXT OF MANAGEMENT

**Магомедов М.Н.,
Magomedov M.N.,**
*к.э.н., профессор Санкт-Петербургского государственного
института кино и телевидения,
Санкт-Петербург,
e-mail: m.n.magomedov@mail.ru,*

**Носкова Н.А.,
Noskova N.A.,**
*доцент Санкт-Петербургского государственного
института кино и телевидения,
Санкт-Петербург,
e-mail: rassoonu2006@mail.ru*

Ключевые слова:

Сфера культуры, культурная идентичность, проектное управление, проект

Keywords:

Sphere of culture, cultural identity, project management, project

Культура является основным источником принадлежности и сплоченности общества. Именно за счет культуры происходит его развитие. Причем речь идет о культуре не как о международном объединяющем феномене, а как о национальном, этническом, историческом достоянии народа. В основу такой культуры закладываются народные традиции, верования, язык, этнические обычаи, национальный характер. Поэтому опасность резкого сокращения широты культурного разнообразия весьма серьезна, а проблема сохранения культурного наследия для будущих поколений весьма актуальна.

Возникновение проблематики связанной с определением национальной идентичности в первую очередь обусловлено происходящими социально-экономическими и политическими преобразованиями общественного строя. Такой период характеризуется наличием радикальных изменений, затрагивающих все сферы общественной жизни. Особенность таких изменений заключается в том, что они существенно изменяют сформировавшийся уклад и образ жизни, культурные и нравственные ориентиры и ценности, национальные идеи и идеалы.

Для населения Российской Федерации актуальность проблем культурной и национальной идентичности обусловлена процессами распада СССР и формирования новых независимых, в основном только в политическом плане, республик.

Анализ культурной политики государства в области сохранения культурного наследия показал, что в современных сложных геополитических условиях, государство определяет деятельность по сохранению культурного наследия в ранг приоритетных задач. Обеспечение национальной безопасности, формирование гражданского общества невозможно без изучения культуры и истории. Воспитание у человека чувства любви к Родине, к его истокам и культуре – является важнейшим условием выживания всей многонациональной культуры страны. Важно сохранить национально-культурную идентичность, как основу государственности. Однако, проведенный анализ, также выявил ряд проблем, препятствующих ведению эффективной культурной политики как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Проведенный анализ реализации государственной культурной политики показал, что востребованным и наиболее эффективным инструментом достижения поставленных целей становится проектная деятельность. Основным «толчком» к проектному управлению культурой на всех уровнях послужил принятый к реализации в 2018 году национальный проект «Культура», который определил новый подход к осуществлению культурной деятельности – проектный подход.

Таким образом, потребность совершенствования проектной деятельности в области сохранения культурной идентичности становится актуальной задачей.

На сегодняшний день в Российской Федерации в целом и в некоторых регионах ведется проектная деятельность в сфере культуры¹. Однако, существующие проблемы социально-экономического, географического и политического тормозят эффективность проектного управления.

К сдерживающим факторам можно отнести: инициаторами и инвесторами большинства проектов в сфере культуры являются федеральные органы власти, либо организации, имеющие статус федерального учреждения; региональные проекты или проектные инициативы практически лишены поддержки федеральных органов власти, особенно в вопросах финансирования, информационного и кадрового обеспечения; основным источником финансирования всех проектов является федеральный и/или консолидированный бюджет; слабо развит механизм информирования граждан о суще-

¹ Магомедов М.Н., Носкова Н.А. Проектная деятельность в практике управления сферой культуры Российской Федерации // Петербургский экономический журнал. – 2019. – № 1

ствовании различных информационных систем и программ, позволяющих приобщиться к сфере культуры; отсутствие единой базы проектов в культурной сфере; отсутствие системы взаимовыгодного взаимодействия между организациями (учреждениями) культуры и смежными отраслями экономики (например, этнотуризм) и др.

Таким образом, с целью совершенствования содержательного подхода к проектной деятельности в сфере культуры необходимо: сформировать четкую законодательную и методическую базу проектной деятельности, предварительно проведя обоснованную классификацию проектов согласно современной социально-экономической модели общества, а также с учетом прогнозных изменений; создать открытые информационные, аналитические, методические и иные порталы для организаций и учреждений культуры, для общественных объединений или творческих граждан по вопросам проектного управления в сфере культуры; на официальных государственных Интернет-порталах (например, Министерства культуры РФ) ввести должность консультанта, который в он-лайн режиме мог бы консультировать по возникающим вопросам законодательного или методического обеспечения проекта; реализация проектов для детей и молодежи, а также для туристов и всех увлеченных культурой в игровой форме (квесты, игры по станциям и т.п.). В качестве примера проекта такого формата стоит привести проект «Открытый город» (Санкт-Петербург) (<https://открытыйгород.рф/>).

Более подробно стоит остановиться на вопросах перспективной проектной деятельности по сохранению культурной идентичности в рамках межотраслевого взаимодействия: туризм↔культура↔этнотуризм.

Таким образом, правильно выстроенная государственная политика в области проектного управления в сфере культуры с учетом интересов всех заинтересованных сторон, позволит подтвердить слова Президента, относительно государственности России: «Россия – это уникальное «государство-цивилизация, скрепленное русским народом, русским языком и русской культурой, которые для всех нас родные, которые нас объединяют и не дают раствориться в этом многообразном мире».

**СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ**

**NEW INFORMATION TECHNOLOGIES IN DEVELOPMENT OF ECONOMIC
ANALYSIS**

**Митрович С.,
Mitrovic S.,
д.э.н., Университет в г. Нови-Сад,
Республика Сербия,
докторант МГУ им. М.В. Ломоносова,
Москва,
e-mail: Mitrovic.Stanislav@hotmail.com**

Ключевые слова:

Экономический анализ, информационные технологии, бизнес-интеллект, бизнес-аналитика

Keywords:

Economic analysis, information technology, business intelligence, business analytics

Уже несколько десятилетий высокий спрос на информационные технологии в экономическом анализе присутствует во всех отраслях экономики в связи с необходимостью постоянной конверсии первичных данных в емкие и содержательные ключевые показатели деятельности (КПД) хозяйствующих субъектов. За последние годы проблемы анализа и управления измерениями получили решение в форме развития технологии бизнес-интеллекта (БИ, от англ. Business intelligence). В данном исследовании рассмотрены возможности применения бизнес-интеллекта в компаниях для целей экономического анализа, планирования, моделирования результатов от хозяйственной деятельности и антикризисного управления. Сегодня назрела необходимость осмысления данного понятия как одновременно важной современной экономической, информационной и организационно-технической категории в соотношении с другими ключевыми понятиями в системе экономической деятельности. Такой подход позволяет подойти к пониманию парадигмы бизнес-интеллекта и его внедрения в хозяйственную деятельность в целом и экономический анализ в частности, как эффективного методического инструмента в корреляции с различными факторами.

Интегрируемые в экономические процессы организаций информационные технологии позволяют повысить качество и оперативность этих процессов и снизить затраты на их реализацию, в том числе и в сфере экономического анализа, где данные параметры играют определяющую роль. Таким образом, важность информационных технологий определяется способностью функционировать в качестве важного элемента для повышения конкурентоспособности экономических субъектов в долгосрочной перспективе. Информатизация экономической деятельности (в данном контексте, в каче-

стве синонима все чаще используется и термин «цифровизация»), затрагивает все ее элементы и составляющие, и ведет к повышению уровня производительности, эффективности бизнес-процессов и качества конечного результата деятельности для всех участников экономического процесса.

Степень научной разработанности проблемы внедрения ИТ-решений в развитие экономического анализа российских организации характеризуется тем, что изучаемое явление носит комплексный характер и является предметом рассмотрения различных научных дисциплин. Исследуемая проблема имеет тесную связь, прежде всего, с основами теории информации и теории экономического анализа, а также с методологией применения информационных решений в экономическом анализе. Особую роль также играют работы ученых, вносящих вклад в развитие информационного права, государственного регулирования и стандартизации вопросов информационной и экономической безопасности, которые непосредственно касаются сферы внедрения систем бизнес-интеллекта в экономическую сферу и их функционирования в данной области. В ходе проведенного исследования мы пришли к выводу, что на сегодняшний день в российской экономической науке сложилась в определенной степени целостная, научно обоснованная концепция организации экономического анализа хозяйственной деятельности в информационно-коммуникационной среде. Но нарастающий прогресс в области развития информационных технологий требуют дальнейшего и непрерывного развития теоретических и методологических концепций и подходов в данном направлении.

Информационная база исследования представлена широким спектром статистических и аналитических материалов из обзоров международных специализированных и стандартизирующих, научно-исследовательских организаций, нормативно-правовыми и программно-концептуальными актами, стандартами и статистическими данными; публикациями в специализированных изданиях, отражающими экспертные оценки международных организаций, специалистов отечественных и международных компаний в сфере применения решений бизнес-интеллекта в области совершенствования экономического и бизнес-анализа.

Теоретическая и методологическая разработка проблем внедрения современных информационных систем бизнес-интеллекта в область экономического анализа организаций носит достаточно обширный и междисциплинарный характер. В данном контексте в качестве основополагающих положений, свидетельствующих о научной разработанности изучаемой проблемы в современной науке и выступающих теоретической и

методологической базой этого исследования нами выделяются: теория экономического анализа, теории информации, разработки и практический опыт российских и зарубежных ученых в сфере внедрения систем бизнес-интеллекта в экономический анализ организаций, в актуальных национальных и отраслевых условиях различных стран мира, в т.ч. России и Европы.

В экономическом анализе бизнес-интеллект как информационная технология может быть применим не только для решения отдельных узких задач в области бухгалтерского и статистического учета, внутренней аналитики и визуализации расчетных данных в ходе их публикации в отчетном виде. Если первоначально информационные технологии, процессы автоматизации, как и появившийся на их базе бизнес-интеллект, рассматривались исключительно как средство повышения эффективности труда, то их дальнейшее развитие продемонстрировало кардинальное изменение их роли в экономическом анализе. Технологический прогресс оказался настолько стремительным и обширным, что сегодня уже можно вести речь об изменении с их помощью сущности самих бизнес-процессов, что позволяет хозяйствующим субъектам создавать как новые продукты и услуги, так и целые быстрорастущие высокодоходные сферы экономики и бизнеса.

Таким образом, важность информационных технологий определяется способностью функционировать в качестве важного элемента для повышения конкурентоспособности экономических субъектов в долгосрочной перспективе. Информатизация экономической деятельности (в данном контексте, в качестве синонима все чаще используется термин «цифровизация»), затрагивает все ее элементы и составляющие, и ведет к повышению уровня производительности, эффективности бизнес-процессов и качества конечного результата деятельности для всех участников экономического процесса.

Получены следующие основные результаты. Введено в научный оборот понятие «бизнес-интеллект», применительно к области экономического анализа. Разработаны и внедрены практические решения для анализа конкретных экономических проблем (Программа на базе искусственного интеллекта для расчета эластичности спроса по цене и предельной выручке в экономическом анализе организаций; Программа на базе бизнес-интеллекта для расчета отклонений по доходам в экономическом анализе деятельности компаний; Программа для прогнозирования и сценарного экономического анализа финансовых результатов от хозяйственной деятельности организаций и др.).

Доказаны потенциал и преимущества бизнес-интеллекта в разработке принципиально новых подходов к управлению доходностью компании и политикой ценообразования.

Системы бизнес-интеллекта предоставляют организациям более эффективную (чем в случае использования исключительно человеческих ресурсов) возможность превращать данные в информацию, а затем информацию в целенаправленное, прикладное знание, которое позволяет принимать управленческие решения. Данное утверждение доказано автором через разработку, внедрение и апробацию практических решений, подтвердивших корреляцию использования систем бизнес-интеллекта в экономическом анализе с повышением эффективности бизнес-процессов через оптимизацию процессов принятия решений, ускорение процессов подготовки анализа и повышение качества аналитических данных и прогнозов, основанных на применении систем бизнес-интеллекта.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ

REGIONAL FEATURES OF FINANCING THE SPHERE OF EDUCATION

Молчанов И.Н.,

Molchanov I.N.,

*д.э.н., профессор Московского государственного
университета имени М.В. Ломоносова (МГУ),*

профессор Финансового университета при

Правительстве Российской Федерации (Финуниверситет),

Москва,

e-mail: INMolchanov@fa.ru

Ключевые слова:

Общее и профессиональное образование, финансирование, региональная экономика, стратегия пространственного развития, программно-целевой подход

Keywords:

General and professional education, financing, regional economy, spatial development strategy, program-target approach

Финансирование образования в России осуществляется за счет различных источников, основным из которых являются средства бюджетной системы. Развиваются также поступления от платных услуг, коммерциализации научно-технической деятельности образовательных организаций, а также от их предпринимательской деятельности, не связанной с образованием и научно-технической деятельностью. Реформирование образования на региональном уровне происходит в условиях изменений в управлении экономикой и сопровождается разграничением полномочий между органами государственной власти и местного самоуправления. Нормативная правовая база изменяется

под влиянием объективных тенденций трансформации экономических отношений. Состояние и перспективы развития образования, его финансирование имеют определенную специфику, что обуславливает необходимость предметного рассмотрения данных вопросов и является объектом региональных исследований¹. Эффективное функционирование финансово-экономического механизма сферы образования возможно только на основе учета особенностей регионов, перманентного совершенствования законодательных актов и нормативной правовой документации; развития системы налогообложения; стимулирования бюджетных ассигнований; привлечения частных инвестиций и спонсорских пожертвований².

Перспективным потенциальным источником дополнительных средств для образовательных организаций является создание эндаумент-фондов. Необходим анализ накопленного опыта деятельности фондов целевого капитала в целях его адаптации в школах, колледжах, занимающихся подготовкой обучающихся по наиболее востребованным на региональном уровне специальностям и рабочим профессиям. В региональных вузах формирование эндаумент-фондов рекомендуется для стимулирования применения различного рода новшеств и инновационных технологий, расширения количества учебных и производственных практик. Такой подход инициируется распространением цифровизации и динамично изменяющимися потребностями экономических агентов в получении подготовленных работников по дефицитным (в рамках конкретных территорий) рабочим профессиям, направлениям и профилям обучения. Правовые основы управления фондами целевого капитала регламентированы российским законодательством. Однако получению практических результатов от их деятельности предшествует определенный временной лаг, как правило, около 10 лет. В этой связи для координации усилий требуется согласованное взаимодействие органов государственной власти субъектов РФ, предпринимательского сообщества, некоммерческих организаций, частных лиц, учреждений общего и профессионального образования.

Проведенные исследования приводят к выводу, что для интенсификации деятельности по формированию фондов целевого капитала необходимо создавать благоприятные финансово-экономические условия. Например, содействовать развитию культуры благотворительности, активизировать сотрудничество между образователь-

¹ Зацепина Я.Ю., Молчанова Н.П. Современные проблемы и перспективы развития образовательного комплекса Ростовской области // В сб.: Приоритетные направления развития и модернизации современной России. Правовые и социально-экономические аспекты: Межвузовская научно-практическая конференция. Филиал НОУ ВПО «МИИП» в г. Ростове-на-Дону. 2014. С. 46-50.

² Молчанов И.Н., Молчанова Н.П. Концептуальные основы финансового механизма некоммерческих организаций сферы образования России // Аудит и финансовый анализ. 2015. №2. С. 437-444.

ными учреждениями и организациями (коммерческими и некоммерческими) различных организационно-правовых форм. Финансирование деятельности учебных заведений (как текущее, так и перспективное) периодически корректируется в связи со сложными макроэкономическими условиями и ограниченностью средств региональных бюджетов. В этой связи своевременными представляются действия по активизации работы института эндаумента и принятие мер по его поддержке и развитию, для практической реализации которых необходимо наладить взаимодействие между ведущими образовательными центрами страны.

Одним из существенных условий, влияющих на эффективность работы фондов целевого капитала, является подготовка высококвалифицированных управленцев в данной области. Как показывает практика, функционирование эндаумента в период создания инфраструктуры (в течение первых 10-15 лет) происходит достаточно обособленно от основных финансовых потоков в сфере образования. Средства, получаемые образовательными организациями в качестве дохода от инвестирования целевого капитала, характеризуются как дополнительные финансовые возможности. Вследствие этого рассматриваемый метод финансового обеспечения применительно ко всем некоммерческим образовательным организациям неправомерно считать весомым альтернативным источником ресурсной поддержки их экономической деятельности.

Для активизации государственного участия в работе эндаумент-фондов возможно подключение бюджетных средств. В этих целях рекомендуется применение механизма стимулирования, построенного на принципах встречного финансирования. Например, Правительство субъекта РФ может принять такое правило: за привлечение эндаумент-фондом финансовых ресурсов частных инвесторов, перечислять на его счет бюджетные средства в размере 20% от внесенных сумм. Использование встречного финансирования делает очевидными преимущества механизма эндаумента в части формирования финансовых ресурсов перед другими способами привлечения благотворительных средств. Создание ГИИС «Электронный бюджет» расширяет возможности по наблюдению и контролю за расходованием бюджетных средств¹.

Одной из мер повышения доступности образования для всех категорий обучающихся и, одновременно, укрепления финансового положения образовательных организаций (при условии создания эффективного финансового механизма в целях оптимиза-

¹ Молчанова Н.П. Управление общественными финансами в цифровой экономике /В сб.: Актуальные проблемы менеджмента: менеджмент как важнейший фактор экономического роста и подъема уровня жизни в регионах. Материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Издательство ООО «Скифия-принт», 2019. С. 76-79.

ции бюджетных средств) может стать введение приемлемого правового регулирования кредитных отношений. В качестве рекомендуемых для реализации права граждан на образование могут рассматриваться: кредит непосредственно для целей обучения и кредит для покрытия бытовых нужд обучающегося. Для практической цели нужны четкие инструкции по использованию кредита как финансового инструмента. Применение названных мер будет способствовать упорядочению финансовых потоков бюджетных и внебюджетных средств, укреплению финансовой дисциплины, облегчению доступности данного вида финансовых ресурсов для обучающихся.

ТЕЛЕОЛОГИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА – МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОСНОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ДИАГНОСТИКИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

TELEOLOGY PARADIGM AS A METODOLOGY BASIS OF FUNCTIONAL DIAGNOSTICS OF MANAGEMENT SYSTEMS

**Овчинников В.Н.,
Ovchinnikov V.N.,**
заслуженный деятель науки России,
*д.э.н., профессор, Южный федеральный университет,
Ростов-на-Дону,
e-mail: vovchinnikov@sfedu.ru,*
**Кетова Н.П.,
Ketova N.P.,**
заслуженный деятель науки России,
*д.э.н., профессор, зав. кафедрой,
Южный федеральный университет,
Ростов-на-Дону,
e-mail: nketova@sfedu.ru*

Ключевые слова:

Система управления, телеология, телеологическая парадигма

Keywords:

Systems of management, teleology, teleology paradigm

Современные системы управления организациями различных размеров, уровней и иерархий, регионами, разнообразными сообществами представляют собой совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, образующих упорядоченную целостность, единство. Они становятся все более сложными, требующими компетентно организованного управления¹. Как подчеркивает Шармер О., мы живем в век нарастающих конфликтов и массовых институциональных сбоев, болезненных завершений и дающих надежду начинаний². Это предполагает адаптацию систем управления к высо-

¹ Аверьянов А.Н. Системное познание мира: Методологические проблемы. М.: Политиздат. 1985. С. 122-128.

² Шармер О. Теория У. Лидерство из будущего. - М.: Манн, Иванов и Фербер. 2018. С. 34-46.

кой скорости накопления информации, глобализации знаний, освоению рынков информационных технологий, упорядочению управления социальными, информационными, технико-технологическими и другими системами в соответствии с конкретно сформулированными целями.

Данные цели должны соответствовать состоянию макросреды, быть внутренне сбалансированными, гибкими и адаптивными, доступными контролю, допускать неформальные связи между подразделениями и людьми.

В целом современная система управления должна содержать: органы управления, совокупность которых можно охарактеризовать как субъект управления; коммуникационные каналы, позволяющие осуществлять взаимодействия в системе управления; комплекс целей, стратегий, методов, технологий, процедур и предписаний, регламентирующих выполнение управленческих действий, юридически закрепленных норм и правил, в единстве составляющих механизм управления; материальную инфраструктуру управления.

Субъектами управления (управляющая подсистема) являются руководители различного уровня, наделенные полномочиями в области принятия решений в определенных сферах деятельности организации, организаторы определенных видов работ. Совокупность органов управления (реализующих его функции), находящихся в определенном взаимном соотношении и соподчинении элементов, связанных между собой коммуникационными каналами, составляет административный (управленческий) аппарат. Части аппарата, взятые в определенном взаимном расположении и связанные системой распределения задач, полномочий, ответственности, официальных отношений, образуют соответствующую организационную структуру управления.

Объекты управления (управляемые подсистемы) представляют собой элементы организации, которые воспринимают управленческое воздействие и подчиняют ему свою деятельность. Объекты организационной деятельности включают весь состав взаимосвязанных структурных подразделений системы управления, группы организаторов и исполнителей.

Для того чтобы их взаимодействие было эффективным, субъекты управления должны соответствовать друг другу, быть совместимыми, что позволит им полностью реализовать свои функции. Это способствует реализации возможностей обладать, в рамках единства, относительной самостоятельностью в управлении, позволяющей оперативно реагировать на изменения ситуации. Но, при этом, есть реальная возможность осуществлять эффективное взаимодействие, что облегчает компетентную корректиров-

ку на всех уровнях тех возможных ошибочных решений, которые приняты на «верхних этажах» управленческой структуры. Важнейшим результатом данных процессов является реализация заинтересованности в принятии реально наилучших решений и их точном исполнении. Перечисленные условия обеспечивают управляемость организации, т.е. ее адекватную реакцию на управленческие воздействия.

Следует сделать акцент на том, что процесс управления реализуется с помощью официальных и неофициальных инструментов, формальных и неформальных контактов. Таким образом, целостная система управления состоит из двух составляющих – официальной и неофициальной, которые необходимо рассматривать в единстве.

Достижение вышеперечисленных целей требует хорошо выверенной стратегии принятия решений и алгоритмов их последовательной реализации.

Данным требованиям управления системами в значительной степени, по мнению авторов, соответствует телеологическая парадигма. Она, в числе других, относится к традиционным подходам, способным к наполнению инновационным содержанием с точки зрения организации менеджмента, получающим все более активное развитие и востребованность.

Как подчеркивают Евлампиев И.И. и Куприянов В.А., правомерно понимание телеологии не столько как финализма (учения о конечных целях развития)¹. Отличительной чертой этой парадигмы является то, что она ориентирована на достижение четко поставленных, выверенных и количественно определенных целевых установок системы управления, отвечающих заданным требованиям. Это предполагает соответствие императиву целеориентированности и формированию четкого аппарата критериев оценки результативности функционирования систем управления социально-экономическими процессами.

Действительно, если эффективность деятельности производственно-хозяйственных систем измеряется экономическими показателями, выраженными в стоимостных или натуральных количественных параметрах, то степень функциональной действенности системы управления социально-экономическими процессами в них, как в системе, непосредственно выразить нельзя. Для решения этой задачи необходим иной методологический подход. Его позволяет сформировать телеологическая парадигма исследования систем управления. Она базируется на концептуальной идее выверенного целеполагания – прогнозно-четкого определения конечных целевых установок и пози-

¹ Евлампиев И. И., Куприянов В. А. Телеология в классической и неклассической философии. СПб.: РХГА, 2019. С.104-117.

ционирования актуального положения управляемой системы на алгоритмизированной траектории движения к определенной цели.

Преимущества телеологической парадигмы состоят в том, что она дает основания для четкого прогнозирования свойств (качеств) и функций управляющей системы в ее развитом состоянии. В этой связи, меру результативности и инструментальной деятельности ее функционирования можно измерять по итерациям продвижения к поставленной цели. И решение поставленной задачи переходит в сферу телеометрии. Аппарат телеометрии предполагает использование, например, инструментария балльно-рангового анализа, экспертных оценок, данных социологических опросов.

Соответственно, результативность функционирования такой управленческой технологии будет определяться телеометрическими параметрами, свидетельствующими о мере продвижения (приближения) управляемой системы к намеченным целевым ориентирам¹.

Для этого может быть использован аппарат балльно-рейтинговой оценки, предполагающий, например, наличие нескольких параметрических диапазонов (уровней) вариации соответствующих показателей: низкий (1 балл), ниже среднего (2 балла), средний (3 балла), выше среднего (4 балла) и высокий (5 баллов) с присвоением рейтингового ранга. Это позволяет составить управленческий профиль организации дифференцированно по функциональным сферам менеджмента (стратегический, производственный, инновационный, финансовый, кадровый, антикризисный, риск-менеджмент, экологический, менеджмент-маркетинг и др.) и оценить в балах степень реализации каждой из них. В таблице представлены, для примера, результаты оценки менеджмента ООО КЗ «Ростсельмаш» (Ростов-на-Дону), составленный с использованием описанного подхода.

Таблица 1. Экспертные оценки реализации функций менеджмента ООО КЗ «Ростсельмаш» (2019г.)

Эксперты	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10
1	3	4	3	5	3	4	6	5	2	2
2	4	4	2	5	2	4	6	6	2	2
3	4	3	3	6	3	3	6	5	3	2
4	5	3	3	6	3	3	6	5	3	2
5	4	3	2	5	2	4	5	5	2	2
6	4	3	3	5	3	4	6	6	2	1

¹ Evlampiev I.I. The Timely Lessons of the Russian liberalism. The first Article: The Critique of the Western tradition. In: Voprosi Filosofii [Questions of Philosophy]. 2015. N 6, pp. 90-99.

Результатом обобщения экспертных оценок является выявление коренных проблем, ограничивающих функциональную действенность системы менеджмента и определение приоритетов в решении управленческих задач ООО КЗ «Ростсельмаш». В их числе: дальнейшее развитие в рамках комбайнового завода технологических цепочек, обеспечивающих повышение востребованности комбайнов, а также другой сельскохозяйственной техники, реализуемой на российском и зарубежных рынках; расширение научных разработок, результаты которых реально включаются в процесс совершенствования технических элементов и узлов производимой техники; расширение ресурсной и технико-технологической базы производства КЗ; дальнейшее повышение финансовой устойчивости всех структур корпорации; повышение доли высокообразованного персонала, в частности, в числе групп молодых работников рабочих профессий и др. На рисунке представлен диагностический профиль менеджмента ООО КЗ «Ростсельмаш», позволяющий выявлять как проблемные зоны, так и области эффективной работы крупной машиностроительной компании.



Рис. 1. Диагностический профиль менеджмента ООО КЗ «Ростсельмаш» (2019).

Завершается такой анализ разработкой системы мер повышения функциональной действенности системы управления и прогнозной оценкой результатов использования выработанных рекомендаций по совершенствованию механизма менеджмента¹.

¹ Овчинников В.Н. Инновационные технологии в менеджменте./Современные решения в области управления и предпринимательской деятельности. Ростов-на-Дону.2018 – С8-9.

Таким образом, проведенное исследование позволяет резюмировать его следующим образом:

1. Телеология в изучаемом аспекте ориентирована на достижение четко сформулированных и количественно означенных целевых установок системы управления, отвечающих заданным требованиям. Это предполагает соответствие системы управления императиву целеориентированности и формированию конкретного аппарата критериев оценки результативности функционирования систем управления конкретными организациями, регионами, разнообразными сообществами в целях позиционирования актуального положения управляемой системы на алгоритмизированной траектории движения к определенной цели.

2. Телеологическая парадигма развития систем управления предполагает ориентацию организаций, имеющих высокий индекс технологического развития (например, таких как КЗ «Ростсельмаш»), на активное вовлечение их в процессы финансирования НИОКР, коммерциализацию осуществленных разработок, реализацию эффективного маркетинг-менеджмента, стимулирования выхода на новые рынки сбыта с производимой продукцией. Именно такое движение можно оценивать как целеориентированное, имеющее в своей основе выверенное целеполагание, сформулированное на основе востребованных реальной экономической системой конечных целевых установок.

3. Реализация системы управления, в основе которой лежит телеологический принцип, ориентирована на участие управляемых систем в российских и международных проектах развития центров трансфера новых технологий; наращивания креативного потенциала человеческого капитала, в т.ч. посредством набора достаточного числа квалифицированных специалистов и реализации стратегии их пожизненного обучения, усиления акцента на повышении престижности рабочих профессий; расширение «поля использования» информационных технологий, сетевых взаимоотношений, динамично развивающихся рынков.

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ:
ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА И ИНСТРУМЕНТАРИИ**

**FOREIGN PRACTICE OF MANAGING MARKETING IN THE ENTERPRISE:
STRATEGIC APPROACHES AND TOOLS**

Омаров М.М.,

Omarov M.M.,

*д.э.н., профессор Новгородского государственного
университета имени Ярослава Мудрого (НовГУ),*

Великий Новгород,

e-mail: Magomed.Omarov@novsu.ru,

Афанасьева Е.С.,

Afanasyeva E.S.,

*старший преподаватель Новгородского государственного
университета имени Ярослава Мудрого (НовГУ)*

Великий Новгород,

e-mail: fupr@mail.ru

Ключевые слова:

Внешний рынок, инструменты, маркетинг, миссия, потребитель, слоган

Keywords:

Foreign market, tools, marketing, mission, consumer, slogan

На мировом рынке для того чтобы компания динамично развивалась, обеспечить активное наступательное движение с максимальной скоростью и с высокой рентабельностью необходимо инструментальное обеспечение инновационного маркетинга для продвижения товаров и услуг на рынке. Первоочередной задачей компании с выходом на внешний рынок становится исследование маркетинговой среды на уровне государства, найти потребителя с учетом сферических особенностей рынка и потребительских привычек и с прибылью реализовать товары.

Объектом исследования выступают стратегические подходы управления маркетингом: зарубежная практика и маркетинговые инструментари, применяемые для продвижения товаров и услуг на рынке. Методикой исследования является инструментальное обеспечение ведения маркетинговой деятельности с учетом опыта некоторых японских и американских компаний, формулировка выводов по результатам исследования. Компания на начальном этапе изучает маркетинговую среду и только после этого рекомендовано переходить к исследованию национальных рынков. На следующем этапе с учетом ресурсных и других возможностей определяет целевой рынок и государство за пределами страны, в котором можно эффективно осуществлять внешне экономическую деятельность.

Исследования показали, что каждая страна мирового рынка имеет свои специфические национальные особенности, потребительские привычки, устои с учетом, ко-

того необходимо разрабатывать международный маркетинговый инструментарий. Такой анализ компания может провести собственной стране и на базе своей компании с помощью кабинетных исследований или с привлечением маркетинговых исследовательских организаций. Многие компании, в целях расширения рынка и обеспечения дополнительной валюты стремятся выработать стратегические подходы выхода на внешние рынки и подбирают инструментари для реализации собственной продукции за границей.

Однако существует ряд проблем, с которыми компания может столкнуться. Поэтому необходимо проводить качественный анализ рынка с оценкой эффективности деятельности на сегментах, детализировать цели маркетинговой деятельности, которые в глобальном масштабе позволяет компании быть конкурентоспособной. При разработке целевых установок причиной выхода компаний на внешний рынок могут быть возможность расширения деятельности организации с использованием новых возможностей мирового рынка, найти своего потребителя за рубежом, получение прибыли на внешнем рынке. Положительным результатом выхода организации на международный рынок может стать налоговые преимущества, повышение конкурентоспособности на внутреннем рынке, а также экономические тенденции в мире.

Процесс выхода на зарубежный рынок проходит ряд последовательных этапов. Первый этап охарактеризуется детализированным изучением международной торговой системы, на втором этапе происходит выбор страны, в которые будут поставляться товары, определение целевого рынка, сегмента с оценкой объема поставок товаров. Третий этап начинается с изучения потенциальных конкурентов и определения уровня риска. Заключительный четвертый этап определяет эффективные способы выхода на рынок, который является наиболее привлекательными¹. После того как компания выходит на международный рынок она продолжает вести маркетинговую деятельность.

Анализ показывает, что основными инструментами маркетинговой деятельности за рубежом являются: реклама в Интернете, осуществляемая, как правило, отделом маркетинга компании. Примерный срок исполнения данного инструмента – около года, при этом индекс узнаваемости бренда – 5%. Отдел сбыта и финансовый отдел как инструментари маркетинга применяют систему скидок и бонусов. Как известно, скидки и бонусы могут психологически влиять на потребителя, который подсознательно берет

¹Костюкевич Е. А., Швед И. В., Костюшко Н. Зарубежный опыт организации маркетинговой деятельности фирмы // Вопросы экономики и управления. — 2016. — №5.1. — С. 40-42. — URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1567/> (дата обращения: 14.09.2019).

товар по скидке или при условии, что он получит бонус. Все эти мероприятия приносят дополнительный доход для компании за счет маркетинговых усилий. Отдел маркетинга и сбыта осуществляют поиск новых региональных рынков сбыта. Привлечение новых регионов приносит также дополнительную прибыль компании с усилением конкурентных позиций. На зарубежных рынках отдел маркетинга занимается креативным дизайном и редактирует содержание сайта, потому что информационные технологии в настоящее время являются ведущим направлением, сильнейшим инструментарием маркетинга, который позволяет привлекать новых покупателей¹.

В ходе реализации стратегии выхода на зарубежные рынки и тактических операций управления маркетинговой деятельностью за рубежом используются следующие принципы. Особенностью японского рынка является то, что зачастую решения принимаются интуитивно. Основными базовыми принципами Японии и США являются безусловный приоритет потребителя, современные информационные технологии, творчество, подкрепленное предпринимательским духом в принятии маркетинговых решений, понимание своего потребителя и стремление удовлетворить его потребности на высоком уровне.

Изучение сформулированных миссий Японских компаний можно заметить, что они ориентированы на своего потребителя, а также присутствует высокая социальная ответственность. Безусловными принципами, то есть инструментариями ведения маркетинговой деятельности являются уважение партнеров во всем мире, эффективное использование ограниченных ресурсов, таких как человеческие, технологические и природные, ответственность, которая выражается в доведении всех стратегических программ до конца, и создание корпоративной культуры.

Исследования показали, что компания Honda имеет ряд ценностей, таких как обеспечение мобильности, уважения к потребностям, свободная и открытая культура. Японские компании в своей маркетинговой деятельности открыто говорят в миссии, что они бережно относятся к расходованию ресурсов, создавая при этом товары, которые будут удобны пользователям². Путь к успеху рынка США главными принципами считаются высокое качество товара, гарантийный срок, быстрое и недорогое обслуживание. При этом основные инструментарии маркетинговой деятельности обеспечивают

¹ Бородушко И.В. Стратегическое планирование и контроллинг [Электронный ресурс] // Зарубежная практика разработки инструментов для реализации стратегии предприятия. URL: <https://marketing.wikireading.ru/18408> (Дата обращения: 14.09.2019).

² Совершенствование стратегии маркетинговой деятельности на предприятии [электронный ресурс] // зарубежный опыт стратегического управления маркетинговой деятельностью. url: <http://trade.bobrodobro.ru/56498> (дата обращения: 14.09.2019).

эффективное взаимодействие плановых мероприятий: начиная от закупки ресурсов, анализ, дизайн, реклама и других. В ходе исследования США проводит тщательный анализ рынка, поскольку рынок перенасыщен товарами. Именно поэтому большую роль, как маркетинговый инструментарий играет реклама, потому что по качеству товары практически не отличаются друг от друга. Зачастую на рынках психологический фактор, влияющий на решение покупателя, может стать главным фактором их продвижения. Поэтому, составляя сбытовую программу, компании на Западе занимаются глубоким анализом всех факторов¹.

В заключении можно отметить, что, главными принципами, стратегическими подходами зарубежной практики управления маркетингом являются нацеленность на потребителя, основным инструментом является не борьба за качество, потому что в развитых странах, таких как Япония, США, практически все товары и услуги высоко качества. Предприятия борются за потребителя красивым дизайном, рекламой, другими способами привлечения клиентов. По результатам исследования, одним из важных инструментов ведения маркетинга является так называемая миссия (слоган). Именно в нем четко видна маркетинговая деятельность, которая приносит высокую прибыль для компании. Исходя из вышесказанного, для выхода с предпринимательской деятельностью за рубежный рынок, необходимо провести глубокий и тщательный анализ конкурентных стратегий на международном рынке.

¹ Управление маркетинговой деятельностью на розничном предприятии [Электронный ресурс] //Зарубежный опыт управления маркетинговой деятельностью розничного предприятия URL: https://studwood.ru/1123597/marketing/zarubezhnyy_opyt_upravleniya_marketingovoy_deyatelnosti_uznogo_predpriyatiya (Дата обращения: 14.09.2019).

**ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ РИСК-ФАКТОРОВ
ПРИ ФОРМИРОВАНИИ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

**EFFECTIVE MANAGEMENT OF RISK FACTORS IN THE FORMATION
OF RESOURCE BASE OF COMMERCIAL BANK**

**Орлова В.А.,
Orlova V.A.,
д.э.н., профессор,
Осмоловская А.И.,
Osmolovskaya A.I.,
магистр, Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк, Украина,
e-mail: alyona.osm@gmail.com**

Ключевые слова:

Менеджмент, ресурсная база, контрагент, риск, банковская система, кредитный портфель

Keywords:

Management, resource base, contractor, risk, banking system, loan portfolio

Изначально следует отметить, что целостная ресурсная база выступает основой для проведения любых банковских операций в коммерческом банке. Формирование ресурсной базы происходит при участии множества факторов, которые конкретным образом определяют объем и структуру ресурсов и в разных направлениях, влияющих на итоговый результат деятельности учреждения. Современные условия предполагают построение эффективных мероприятий по накоплению свободных денежных средств физических и юридических лиц с помощью систематизированной оценки вероятностного влияния разнообразных факторов на сберегательную линию поведения контрагентов. В научных исследованиях российский ученых отмечается, что построение эффективной политики создания ресурсной базы обязано соответствовать нынешнему состоянию развития экономического сектора государства, а также давать возможность улучшать целостный процесс привлечения и управления ресурсами с непрерывным учетом возможных последствий влияния положительных или отрицательных факторов на инвестиционные возможности существующих и потенциальных клиентов банка¹.

Темпы мирового движения и развития всех сфер и отраслей, особенно банковской, подразумевают непрерывный рост значения эффективно обоснованной оценки возможного риска, который возлагается на финансово-кредитное учреждение во время проведения различных операций. Авторы коллективной монографии «Банковские ресурсы: их формирование и эффективное использование» утверждают, что необходимо

¹ Лаврушин О.И. Банк и банковские операции: Учебник / О.И. Лаврушин. – М.: Юнити, 2016. С. 62-64.

учитывать, что риск является некой неопределенностью деятельности банка, которая влечет за собой вероятность получения отрицательных (возникновение убытков) или положительных (получение прибыли) конечных результатов. Однако, чем ниже уровень риска, тем меньше вероятность получения высокого уровня прибыли¹.

Поэтому цель исследования проблемы менеджмента риск-факторов в процессе формирования ресурсной базы коммерческого банка, является актуальной, поскольку способствует росту эффективности банковской сферы.

В непосредственной банковской деятельности главными риск-факторами выступают:

- политическая нестабильность в стране;
- кризисное состояние экономического сектора;
- проводимая финансово-кредитная политика Центрального банка страны;
- уровень конкуренции на внутреннем банковском рынке;
- состояние валютного и кредитного рынка внутри государства;
- неграмотная политика формирования и использования ресурсов;
- степень доверия имеющихся и потенциальных клиентов к банковской системе в целом;
- чрезвычайные ситуации.

Ссылаясь на основные факторы риска можно сделать вывод, что их менеджмент возможен при эффективно разработанных действиях. К каждому рискованному фактору следует принять индивидуальный подход на основании конкретных методик или же альтернативных способов, которые в перспективе покажут положительный итоговый результат. Для формирования ресурсной базы при нестабильной политической ситуации и кризисном состоянии экономического сектора банковскому учреждению следует акцентировать внимание на высоком уровне качества предоставляемых услуг и проводимых операций; при жесткой конкуренции внутри страны на банковском рынке следует выстраивать грамотные предложения, которые бы смогли позиционировать данный банк с наиболее выгодной стороны, например, новый продукт или услуга, иное номинальное значение процентов по кредитам или депозитам и так далее; на состоянии валютного и кредитного рынка, к сожалению, очень трудно повлиять, однако, процент комиссионных доходов от операций, которые касаются этих рынков, может стабилизировать ситуацию внутри страны в виду последующего участия множества финансовых

¹ Куликов Н.И., Назарчук Н.П. Банковские ресурсы: их формирование и эффективное использование: монография / Н.И. Куликов, Н.П. Назарчук. – Тамбов, изд-во ФГБОУ ВПО «ГТТУ», 2014. С. 31-32.

учреждений. Одними из наиболее легких рисков факторов, которые банк в кратчайшие сроки может исправить являются неграмотная политика формирования необходимых ресурсов и их последующее использование, а также степень доверия всех клиентов. Для минимизации риска финансово-кредитный институт обязан проводить широкий спектр исследований, который касался бы глубокого изучения влияния банковской сферы и ее составляющих на жизнь потенциальных клиентов. Кардинально новый или значительно улучшенный подход к привлечению средств, а также создание благоприятных условий для максимальной заинтересованности клиентов позволит банку эффективно управлять возникшим риском. Не следует забывать о вероятностных чрезвычайных ситуациях, которые не всегда представляется возможным контролировать. Каждому банку следует из любого негативного положения выйти достойно, а именно, ссылаясь на наиболее эффективный план действий, который бы помог в минимальный срок вынести максимум пользы¹.

Рисковые факторы могут возникать непрерывно и затрагивать абсолютно все сферы банковской деятельности, но только при эффективном менеджменте их негативное влияние может свестись к минимуму или вовсе быть равным нулю². Под термином «рисковые факторы» следует понимать комплекс мер, которые конкретным образом будут оказывать воздействие на рискованность. Эффективный менеджмент при указанных ранее факторах подразумевает обеспечение высокого качества и достаточного уровня доходности кредитного портфеля за счет улучшения инструментов работы с задолженностью клиентов, увеличение количества продуктов на определенные группы клиентов, наращивание объемов обслуживания малого и розничного бизнеса с помощью диверсификации источников фондирования, а также улучшения и внедрения новых банковских продуктов и услуг, которые бы охватывали новые группы потенциальных клиентов, но при этом были удобны для использования всех социальных групп³.

¹ Жуков Е.Ф., Эриашвили Н.Д. Банковский менеджмент / Е.Ф. Жуков, Н.Д. Эриашвили. – М.:Юнити-Дана, 2015. С. 85-89.

² Масленчиков Ю.С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: Учебник / Ю.С. Масленчиков. – СПб.: Питер, 2016. С. 101-103.

³ Орлова В.А, Мелентьева О.В., Осмоловская А.И. Формирование источников возврата банковских кредитов как механизм противодействия рискам финансовой безопасности / Сборник научных трудов «Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право» - Севастополь, изд-во «РИБЕСТ», 2019. – 536 с. – С.241-245.

ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ¹

FEATURES OF DIGITAL TRANSFORMATION OF MODERN PUBLIC ADMINISTRATION

Федотова Г.В.,
Fedotova G.V.,
д.э.н., профессор ВолГТУ,
Волгоград,
e-mail: g_evgeeva@mail.ru

Ключевые слова:

Цифровая экономика, государственное управление, администрирование, электронное правительство

Keywords:

Digital economy, public administration, administration, e-government

В соответствии со стратегией развития информационного общества в РФ все государственные услуги в России должны предоставляться в электронном виде. Представление электронного администрирования в системе государственного управления подразумевает новую форму организации деятельности органов публичного управления в информационной среде, для повышения прозрачности и качества услуг населению. Электронное администрирование - государственный институт², который направлен на оперативное получение информации и государственных услуг на основе применения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Главным российским ИТ-проектом последних лет стал переход к оказанию государственных услуг в электронном виде. С 1 июля 2012 года все регионы и муниципалитеты начали постепенный переход на электронное межведомственное взаимодействие. В 2018 году в соответствие с Указом Президента РФ №601 от 7 мая 2012 года 70% всех госуслуг должны оказываться в электронном виде³, но уже к 2016 году план по программе был выполнен на 80,4%.

Одним из ключевых элементов электронного правительства является система электронного документооборота, в рамках которой осуществляется передача электронных документов, снабженных аналогом собственноручной подписи - электронной цифровой.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-010-00103 А.

² McIver W. J., Elmagarmid A. K. Introduction: Advances in Digital Government: Technology, Human Factors, and Policy // Advances in digital government: Technology, Human Factors, and Policy / ed. by W. J. McIver, A. K. Elmagarmid. – Boston: Kluwer Academic Publishers, 2002. – P. 1.

³ Указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. N 601 "Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления". Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/70170942/paragraph/5:0> (дата обращения 23.03.2019г.).

Наряду с массовым переходом на электронный документооборот в качестве одного из неотъемлемых элементов электронного правительства можно обозначить внедрение системы межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) в соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг».

Электронная форма наделяет административные регламенты возможностью получения оперативных данных обо всех предусмотренных действиях, процедурах и стадиях их выполнения, сроках, вариантах возможных решений, форм представления результата с указанием должностных лиц - исполнителей.

Сегодня достигнуты определенные успехи в продвижении электронного администрирования:

- Реализована возможность, благодаря которой граждане отказываются от получения бумажных писем в пользу информации в электронном виде, при этом сохраняется ее юридическая значимость. От этого выиграло и государство (закрывать задолженности стало удобнее), и граждане: с 1 января 2017 года быстро закрыть задолженность по штрафам от ГИБДД стало еще и экономически выгодно – предусмотрена скидка 50% при оперативной оплате. К настоящему времени согласие на получение электронных заказных писем дали почти 1 миллион пользователей.

- Для органов государственной власти и местного самоуправления установлен запрет требовать от граждан и юридических лиц при предоставлении государственных услуг документы и сведения, которые находятся в распоряжении других органов государственной власти и местного самоуправления (за исключением документов личного хранения).

- Порядка 400 государственных услуг предоставляется в рамках межведомственного информационного взаимодействия.

- С 2016 года аналогичный запрет установлен и для органов государственного контроля (надзора) при организации и проведении проверок. Органы государственного контроля (надзора) не вправе требовать от юридических лиц и предпринимателей 188 документов (например, выписку из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости; сведения из Единого государственного реестра налогоплательщиков; сведения о наличии (отсутствии) задолженности по уплате налогов, сборов, пеней и штрафов за нарушения законодательства).

- В рамках развития межведомственного информационного взаимодействия с 1 февраля 2018 года обеспечена возможность предоставления кредитным организациям

документов (сведений), которые находятся в распоряжении МВД России, Росреестра, ФНС России, ФССП России, ФАС России, Росстата, Пенсионного фонда, Федерального фонда обязательного медицинского страхования, что снижает нагрузку на заявителей.

- Электронное взаимодействие органов власти при оказании государственных и муниципальных услуг осуществляется посредством единой системы межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ). В 2017 году общее количество транзакций (запросов и ответов) в системе составило 20,2 млрд.

Платформа электронного правительства включает в себя три компонента: Единый портал государственных услуг и функций (ЕПГУ), Единую систему идентификации и аутентификации (ЕСИА) и Систему межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ). У российского портала госуслуг самый большой трафик среди всех государственных порталов в мире — около 1 млрд. посещений в 2018 году, а мобильное приложение «Госуслуги» с момента запуска скачано более 30 млн. раз. В ЕСИА зарегистрировано 80 млн. учетных записей, в том числе 52 млн. подтвержденных, в системе проходит 4,5 млн. авторизаций в сутки. Через СМЭВ ежедневно проходит 100 млн. защищенных юридически значимых транзакций.

Становление и развитие отраслей информационно-телекоммуникационной инфраструктуры и расширение внедрения их продукции в различные сферы экономики России даст возможность существенно повысить качество оказываемых услуг населению, увеличить эффективность и результативность управленческих процедур, укрепить устойчивость и безопасность национальной экономики. В целом это дает возможность нашей стране успешно конкурировать на международных рынках ресурсов и готовой продукции. И как конечная цель – повышение качества жизни в нашей стране на основе использования и внедрения в широкую практику информационно-коммуникационных технологий.

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ КАК БАЗОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ НОВОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА

KNOWLEDGE MANAGEMENT AS A BASIC COMPONENT OF THE NEW TECHNOLOGICAL ORDER

Фоменко Н.М.,
Fomenko N.M.,

д.э.н., профессор Российского экономического
университета им. Плеханова,
Москва,
e-mail: fnata77@mail.ru

Ключевые слова:

Технологический уклад, кондратьевские волны, управление знаниями, информационно-коммуникационные технологии

Keywords:

Technological structure, Kondratiev waves, knowledge management, information and communication technologies

XXI век характеризуется глобальными изменениями в области науки, техники и технологий, ускорением темпов развития при одновременном усилении конкуренции, в том числе и международной, наращивание потенциала информационного развития российской экономики и прочее.

Теория кондратьевских волн в полной мере описывает происходящие изменения. В данной теории выделены циклы макроэкономики, которые принято называть технологическими укладами. Все описанные выше изменения говорят о том, что в современных условиях происходит смена технологического уклада и свой потенциал наращивает следующий – шестой. Данному укладу присущи следующие: микроэлектроника, программное обеспечение, робототехника, искусственный интеллект, инжиниринг, сетевая или виртуальная экономика, основанная на знаниях. В таких условиях формируются новые системы ценностей, происходит трансформация, консолидация и интеграция моделей общественных отношений, форм управления, организации и институтов. Все это формируется в определенной степени под воздействием системы управления знаниями.

Знания, как производственный ресурс, представляют собой основу информационного общества как. Знания о социально-экономических, производственных и технологических процессах и их природе составляют основу инновационной формы производственного ресурса нового технологического уклада. В таких условиях конкуренции экономических субъектов проявляется в умениях оперативно и своевременно с большей степенью эффективности обрабатывать полученную информацию и знания, а затем использовать полученные данные в своей производственно-хозяйственной дея-

тельности. Таким образом, генерирование и использование знаний составляют концептуальную основу развития потенциала организации и роста производительности труда.

Проведенные исследования в области развития экономики знаний позволяют утверждать, что среди особенностей инновационных форм экономических ресурсов можно выделить: глобальность, неисчерпаемость, нематериальность, изменчивость, универсальность представления, вариативность способов применения, на основании которых строится экономика знаний¹.

Проведенный автором анализ категориального аппарата позволяет говорить о том, что управление знаниями – это динамичный, перманентный организационный процесс по аккумулярованию, сохранению, переработке, распределению и обмену информацией между людьми, в том числе, с помощью информационных технологий, для достижения более высокой производительности труда и реализации новых возможностей при осуществлении бизнес-идей².

Развитие информационно-коммуникационных технологий позволяет существенно расширить доступ к информации и знаниям, аккумулировать и передавать ее по информационным сетям. Применение таких технологий позволяет трансформировать весь характер взаимоотношений между носителем информации и его получателем. Сегодня имеется возможность получения информации путем самообразования. Среди основных технологий самообразования в Интернет-среде можно выделить:

- интернет-образование, которое позволяет развивать профессиональные качества (способность коммуникации, критическое мышление, обработка и интерпретация, полученных данных и др.)
- интернет-информация, полученная в виде сообщений, текста, статистики, представленная в любом формате;
- методика интернет-образования, которая подразумевает в себе обучение принципам и методам применения интернет-технологий с учетом вариативности, диалогичности и требований к учебному процессу;

¹ Грушникова О. Центры знаний. / О. Грушникова //Справочник кадровика URL - <http://hr-portal.ru/article/centry-znaniy?page=0> (дата обращения: 21.11.2014).; Духнич Ю. Центр компетенций / Ю. Духнич – URL -<http://www.smart-edu.com/tsentr-kompetentsiy.html> (дата обращения: 21.11.2014).; Колесов В.П. Экономика знаний: Коллективная монография / В.П. Колесов – М: ИНФРА, 2008.; Мильнер Б.З. Управление знаниями. / Б.З. Мильнер – М: ИНФРА– М, 2003.; Шпак Н. Управление корпоративными знаниями: это уже важно! / Н. Шпак //Технологии корпоративного управления – URL -http://www.iteam.ru/publications/human/section_55/article_2211// (дата обращения: 21.11.2014).

² Фоменко Н.М. Управление организацией в условиях развития инновационно-сетевых коммуникаций в электронной бизнес-среде: дис. ... доктора экономических наук. Ростов-на-Дону, 2015.

– методы интернет-образования, несущие в себе эффективный, наглядный и исследовательский способ, осуществления образовательного процесса по средствам ИТ-технологий¹.

Таким образом, на основе проведенных исследований автором была описана модель процесса управления знаниями, которая включает:

1) идентификацию и констатацию уровней развития и восприятия информации при помощи ИТ.

2) овладение умениями работы с Интернет-материалами и полноценное восприятие информации.

3) развитие умения анализировать полученную информацию.

Сегодня Интернет-технологии являются комплексным средством освоения профессиональных знаний. Если обратиться к опыту транснациональных корпораций (Microsoft, Google, ОАО «Сбербанк России», ОАО «Российские железные дороги», ОАО «Газпром», ГК «Ростехнологии», Toyota motors, Volkswagen и др.), которые осуществляют подготовку профессиональных кадров в аффилированных учебных заведениях в сетевом формате, то можно отметить, высокий синергетический эффект процесса образования за счет освоения приемов, способов и методов применения информационно-коммуникационных технологий.

¹ Данные методы основаны на следующих принципах: развитие профессиональных качеств личности в процессе обучения; научность; систематичность и доступность обучения; взаимосвязь теории с практикой; иллюстративная наглядность; переход к самообразованию; учет индивидуальных особенностей обучаемого.

**ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОГРАММИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ
СОСТАВЛЯЮЩЕЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ
АПК РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**QUALITY INCREASE OF PROGRAMMING FINANCIAL ASPECTS OF ENTER-
PRISES DEVELOPMENT IN AGRICULTURAL SECTOR OF ROSTOV REGION**

Чараева М.В.,

Charaeva M.V.,

д.э.н., профессор Южного федерального университета

Ростов-на-Дону,

e-mail: mvcharaeva@mail.ru

Ключевые слова:

Финансирование, государственная программа, предприятия АПК, финансовые показатели, финансовое состояние, сальдированный финансовый результат

Keywords:

Financing, state program, agricultural enterprises, financial indicators, financial condition, balanced financial result

Анализ государственной программы развития сельского хозяйства Ростовской области и ее исполнение в 2014–2017 гг. показал, что планирование расходования бюджетных средств в регионе нуждается в корректировках, а сама программа носит зачатую формальный характер. Выявлено отсутствие сквозной связи между целями, задачами, основными мероприятиями и целевыми индикаторами, а также использование возможности корректировки целевых значений индикаторов программ для приведения их в соответствие с фактическими значениями. Последняя проблема свойственна и планированию ресурсного обеспечения программы.

Использование абсолютных показателей в качестве индикаторов не отражает объективного действия программы на отрасль и не позволяет однозначно оценить достигнутые результаты. В результате перечисленных проблем, может создаться впечатление, что сельское хозяйство развивается независимо от действия существующей программы, поскольку достоверное выявление степени влияния программы на отрасль практически невозможно.

Все это обуславливает необходимость разработки мероприятий по совершенствованию механизма программирования расходов на развитие сельского хозяйства Ростовской области и оптимизации структуры финансирования его отраслей.

В этой связи предлагается комплекс мероприятий, предполагающий совершенствование процесса реализации государственной программы развития сельского хозяйства Ростовской области по решению проблем двух блоков: самого процесса программирования и отрасли в рамках государственной программы.

В рамках решения проблем процесса программирования предусмотрены мероприятия, разделенные на три направления.

Во-первых, необходимо внесение изменений в саму программу в части ее структурирования, логической увязки целей, задач и целевых индикаторов с последующим планированием основных мероприятий. Касаемо целевых индикаторов, предполагается отказаться от измерения абсолютного количественного объема произведенной продукции на относительные показатели, характеризующие степень влияния государственной программы на данные показатели. Такими индикаторами могут стать прирост производства за счет государственной поддержки по направлениям производства.

Для объективности оценки прогнозные результаты должны рассчитываться специально созданной рабочей группой ученых-экономистов и специалистов в данной отрасли, независимо от ответственного исполнителя программы. Выявленную проблему отсутствия реакции органов власти на негативные факторы среды, препятствующие достижению целей, можно решить, прибегнув к внедрению планирования, основанного на построении дерева целей и сценарном планировании развития событий.

Во-вторых, необходима корректировка самой процедуры исполнения программы, переосмысление основных ее принципов. Для исключения возможности приведения плановых значений в соответствие фактическим, следует запретить внесение корректировок в течение года. Корректировку плана проводить необходимо в конце каждого отчетного периода, путем соотнесения фактически достигнутых результатов с целями и задачами на долгосрочную перспективу.

В-третьих, необходимо коренным образом изменить методику оценки программы, ее результатов. Обязанности по оценке следует снять с ответственного исполнителя и возложить на орган по контролю использования бюджетных средств с целью обеспечения объективности проводимой оценки. Данные для оценки также должны быть собраны объективно, исключая фактор заинтересованности в итогах.

В части решения выявленных проблем отрасли, основное внимание уделяется улучшению финансового состояния сельхозтоваропроизводителей. Поскольку наиболее остро стоит вопрос об улучшении финансового состояния организаций отрасли животноводства, предложения по изменению структуры финансирования программы направлены именно на решение этой проблемы. Предложено увеличить финансирование животноводства в 3,6 раз (по сравнению со средним значением за 2014-2017 гг.) за счет перераспределения средств из растениеводства и других наименее эффективных направлений расходов областного бюджета.

Для экономического обоснования предложенных мероприятий проведена их оценка эффективности. Ввиду наибольшей ценности для развития сельского хозяйства, оценка проведена по влиянию изменений объема финансирования отраслей на финансовое состояние сельхозтоваропроизводителей, оцениваемого посредством сальдированного финансового результата и рентабельности продаж по отрасли. Значение мероприятий оценено через объем налоговых поступлений от сельхозтоваропроизводителей в плановом периоде. Также проанализировано изменение эффективности планируемых объемов финансирования в целом по программе в сравнении с результатами 2014-2017 гг.

Оценка эффективности предложенных мероприятий показала, что увеличение объемов финансирования отрасли животноводства способно увеличить ее сальдированный финансовый результат до положительной суммы в 7,7 млн. руб. Так как положительное значение само по себе свидетельствует об эффективности предложения. Уровень рентабельности продаж составит минимальные 0,1%. Далее он будет только расти.

Улучшение финансового состояния отрасли способствует повышению собираемости налогов (по сравнению с утвержденными плановыми значениями на настоящий момент) на 46%, что позволяет покрыть планируемый дефицит бюджета области практически наполовину.

**ПРОБЛЕМЫ ВОСПРОИЗВОДСТВА И УПРАВЛЕНИЯ В РАБОТАХ
Н. А. МОЙСЕЕНКО (ИСТОРИЧЕСКИЕ И АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ)**

**PROBLEMS OF REPRODUCTION AND MANAGEMENT IN THE WORKS BY
N. A. MOISEENKO (HISTORICAL AND CONTEMPORARY ASPECTS)**

**Шапиро Н.А.,
Shapiro N.A.,**

*д.э.н., профессор Российского государственного педагогического
университета им. А.И. Герцена (РГПУ им. А.И. Герцена),*

*Санкт-Петербург,
e-mail nshapiro@herzen.spb.ru,*

**Курганская М.Ю.,
Kurganskaya M.Y.,**

*аспирант Российского государственного педагогического
университета им. А.И. Герцена (РГПУ им. А.И. Герцена),*

*Санкт-Петербург,
e-mail: mariakurganskaya.95@gmail.com*

Ключевые слова:

Воспроизводство, управление, государство, организация, критерии исторической значимости, актуальность

Keywords:

Reproduction, management, state, organization, criteria of historical significance, relevancy

Эмоционально привлекательная и благородная тема научного вклада при конкретном воплощении становится весьма не простой. Об этих трудностях писали многие известные ученые, которые сталкивались с проблемой характеристики работы или интеллектуального вклада известной личности. Так, Дж. Хикс писал: «Трудно обобщать, не прибегая к рискованным построениям» и, что «небезопасно простирать собственное воображение на прошлое (даже в той степени, в какой это необходимо для чисто теоретических целей)»¹. О многозначности такой проблемы писал Н.А. Цаголов, определяя историческую роль тем, что нового дал автор по сравнению с предшествующим этапом развития теории, какие новые решения старых вопросов он предложил, какие новые вопросы поставил. Эта роль определяется так же тем, каким направлениям последующей экономической мысли его теория послужила исходной основой и насколько значим сегодня тот круг проблем, который разрабатывал автор².

И ныне здравствующие известные ученые и философы также пытаются определить критерии вклада. В частности С. Жижек пишет: «...нас должно интересовать не то, что этот философ все еще может сказать нам, или что он значит для нас, а ответить на вопрос о том, как выглядим мы, наша современная ситуация в его глазах, какой

¹ Хикс Дж. Теория экономической истории. НП «Журнал Вопросы экономики», М.,-2003, с.17,23.

² Цаголов Н.А. Вопросы истории политической экономии. М., Изд-во Моск. Ун-та, -1984,с.13

наша эпоха предстает в его мысли»¹. А. Ронкаля, определяя оценку научного вклада, отмечает: «...в области истории экономической мысли, как и аналогичных областях, важнейшим элементом, позволяющим отделить научное от ненаучного, выступает критерий филологической правильности»². Поскольку «критерий филологической правильности» предполагает кропотливую работу с текстами, то остановимся на других критериях: новые направления исследований, их значимость сегодня и как выглядят современность через призму представлений, изложенных в работах Н. А. Моисеенко.

Обращаясь к работам Н. А. Моисеенко, сосредоточим внимания на ряде работ, которые посвящены проблемам воспроизводства и управления³.

Прежде всего, следует отметить, что вопросы управления в виде особой проблематики в 70-80-е годы XX в. в рамках политической экономии были предвестниками становления самостоятельного направления общественной мысли – менеджмента и менеджмента в экономике в частности. Удачным решением авторов можно считать имплицитный выход на проблематику управления через воспроизводство. Воспроизводство марксистской политэкономией рассматривалось как постоянно повторяющийся процесс взаимосвязанных отношений по производству, распределению, обмену и потреблению, включающий воспроизводство производительных сил (предметы труда, средства труда и рабочей силы человека) и производственных отношений.

«Воспроизводство» было той категорией и тем разделом теории, где присутствовал фактор изменения, роста или развития (простое, расширенное, суженное воспроизводство; экстенсивное и интенсивное воспроизводство, опережающее развитие производства средств производства и т.п.), была проблема выбора и влияния субъекта/государства на процессы, происходящие в экономике. Положительный потенциал наработок по воспроизводству, отражающих движение, рост и развитие в экономике, мог перемещаться в концепции управления. Тем более что собственно категория воспроизводства впоследствии выпала из контекста макроэкономики и была замещена це-

¹ Жижек С. Размышления в красном цвете: коммунистический взгляд на кризис и сопутствующие предметы. – М.: Издательство «Европа», -2011, с.8-9

² Ронкаля А. Богатство идей. История экономической мысли. - Издательский дом Высшей школы экономики, М., -2018, с.15

³ Моисеенко Н.А. Очерки теории индивидуального воспроизводства при социализме. ЛГУ им. А. А. Жданова. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1971.- 95с.; Моисеенко Н.А., Попов М.В. Демократический централизм - основной принцип управления социалистической экономикой. Л.: Лениздат, 1975.- 174 с.; Моисеенко Н.А., Попов М.В. Теория воспроизводства и управления социалистической экономикой. Издательство Мысль, Москва, 1976, - 212с.; Моисеенко Н.А., Попов М.В. Управление социалистической экономикой: (Полит.-экон. аспект) Л. : Изд-во ЛГУ, 1981,- 184 с.; Долгосрочное социально-экономическое планирование: под редакцией. Н. А. Моисеенко, Б.Р. Ряченко; ЛГУ им. А. А. Жданова. Л.: Изд-во ЛГУ, 1986,- 165с.

лым рядом теоретических конструктов, таких как экономический рост, цепочка вновь созданной стоимости, жизненный цикл, бизнес-процесс и т.д., тогда как исследование управления выросло до самостоятельного направления социально-экономического знания, включающего общий менеджмент и менеджмента отдельных сфер, в том числе государственное управление. Проблематика управления, представленная как относительно самостоятельное направление экономической мысли, была вполне логичным продолжением темы воспроизводства.

Поэтому указанные работы находились в русле актуальных исследований и круга, обсуждаемых в них тем, которые были особо значимы для времени поиска путей совершенствования социализма, а для работ последующих авторов они послужили основой и стимулом к исследованию управления как определяющего структурного элемента в любой организации.

Как свидетельствуют работы Н.А. Моисеенко, история советского/российского менеджмента, относящаяся к изучению проблем управления в государстве (организации), в чем-то совпадает с историей управленческой мысли США. Как отмечал П. Друкер: «Начало практическому применению теории менеджмента было положено отнюдь не в коммерческих, а в общественных и государственных организациях... Первая должность, которая соответствовала термину «менеджер» в его современном понимании, также появилась не в бизнесе. Это был «управляющий городом» – американское изобретение начала века». И первое осознанное и целенаправленное применение «принципов управления Тейлора» произошло не в коммерческой сфере, а в процессе реорганизации армии США...». Или: «Интерес к менеджменту и его изучение начались после появления крупных организаций – коммерческих компаний, государственных учреждений и большой регулярной армии»¹.

Насколько значим сегодня круг проблем, который разрабатывал Н.А. Моисеенко, и как выглядит современная ситуация в его глазах? Отвечая на этот вопрос, следует иметь в виду, что пережив на рубеже веков глубокие перемены, которые сформировали новые социальные, демографические, экономические и финансовые реалии, сегодня в стране востребована более широкая палитра стратегий управления, чем это было во времена плановой социалистической экономики. Изменилась реаль-

¹ Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007, с.19-20, 23.

ность, изменились представления о реальности и представления о том, что такое современные проблемы¹ и каким должен быть релевантный им менеджмент.

В решении задач управления в условиях плановой социалистической экономики и общественной собственности важнейшими моментами был учет интересов государства, взаимодействие общественных интересов, ориентированных на классовые приоритеты, т.е. государственное управление. Сегодня рынок и частная собственность сделали приоритетами выживаемость различных организаций, мобилизацию их внутренних ресурсов, обеспечивающих результат и эффективность деятельности во внешней среде глобального мира неравновесия и волатильности.

Но не утрачивает актуальности общий посыл, что ни общественная собственность (или свободный рынок на основе частной собственности) сами по себе не могут дать желаемый результат, важна конкретная управляемая организация как общественный институт, в котором менеджмент должен обеспечивать его достижения. Меняются времена и представления о реальности, меняется и сам менеджмент.

ОПЛАТА ТРУДА И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПАТТЕРН

LABOR PAYMENT AND WAGES: FUNCTIONAL PATTERN

**Долнина Т.Н.,
Dolinina T.N.,**

*к.э.н., профессор Белорусского государственного
технологического университета (БГТУ),
Минск, Республика Беларусь,
e-mail: tdolinina@mail.ru*

Ключевые слова:

Оплата труда, заработная плата, функции управления, функции оплаты труда, функции заработной платы

Keywords:

Labour payment, wages, management functions, labour payment functions, wage functions

Цель исследования состояла в выяснении роли управления оплатой труда в национальной экономике на основе применения функционального подхода. При этом автор исходил из того, что оплата труда по содержанию – экономические отношения по поводу оплаты работодателями труда наемных работников; по форме – процесс, обеспечивающий поддержание конкурентоспособности хозяйственной системы. Этот про-

¹ Василенок В.Л., Шапиро Н.А. «Современные экономические концепции» для магистрантов менеджмента: методологические аспекты учебного курса // Проблемы современной экономики. 2012. № 1 (41). С. 374-377.

цесс включает совокупность последовательных процедур, связанных с установлением условий оплаты труда работников и их фактическим соблюдением (измерение и оценка труда и его результатов, определение и выплата эквивалентной им заработной платы).

Управление оплатой труда – это сознательное воздействие на процесс оплаты труда, осуществляемое с целью придания ему нужной направленности для достижения намеченных целей. Механизм управления любым объектом (процессом) связан с реализацией по отношению к нему ряда управленческих функций. При всем многообразии состава управленческой деятельности можно выделить четыре основные функции, реализуемые на любом уровне управления: прогнозирование и планирование, организация, мотивация, контроль. В отношении процесса оплаты труда функция прогнозирования и планирования сводится к разработке политики оплаты труда и формированию ожидаемых трудовых показателей. Что касается организации оплаты труда, то она предусматривает совокупность мероприятий, связанных с организационно-техническим нормированием труда, тарифным нормированием заработной платы, разработкой и применением конкретных систем оплаты труда. Именно эта функция венчает реализацию всех остальных функций управления оплатой труда для того, чтобы процесс оплаты труда предстал в желаемом виде. Функция мотивации сводится к формированию заинтересованности у лиц, ответственных за реализацию мероприятий по организации оплаты труда. Функция контроля связана с обеспечением сбора необходимых для контроля за процессом оплаты труда данных, отражающих затраты труда и средств на заработную плату, анализом соответствия параметров оплаты труда поставленным целям, принятием управленческих решений по повышению эффективности процесса оплаты труда.

Перечисленные агрегированные функции взаимосвязаны и в целом формируют управленческий цикл. Реализация каждой из функций управления связана с определенными институтами и институциональными инструментами. Эффективно управляемый процесс оплаты труда обеспечивает в хозяйственной системе выполнение ряда функций, связанных с формированием заработной платы, а именно: воспроизводственной (формирование заработной платы, достаточной для удовлетворения потребностей работников и членов их семей на необходимом для их воспроизводства уровне); компенсирующей (обеспечение денежной компенсации неблагоприятных условий и режима работы); регулирующей (оптимизация расстановки и закрепление наемных работников в соответствии с их квалификацией); стимулирующей (формирование у работников мотивации к труду); социальной (поддержание достойного уровня жизни и социальной

справедливости; функции поддержания конкурентоспособности хозяйственной системы, т. е. оптимизация затрат на оплату труда (далее – ФПКХС).

Заработная плата – результат процесса оплаты труда, по содержанию она является социально-трудоустройственной рентой; по форме – это объем средств, уплачиваемых нанимателем работнику, который выступает в виде денежного потока определенной интенсивности, выполняющего ряд значимых функций в экономическом кругообороте. Заработная плата выполняет следующие функции в экономике: доходобразующую (ключевой элемент доходов работников и их семей), финансово-бюджетную (источник налогов, идущих на формирование государственного бюджета), инвестиционную (сбережения работников – источник инвестиций в экономику), инновационную (высокая заработная плата стимулирует предпринимателей к использованию трудосберегающих техники и технологий), статусную (обеспечение определенного общественного положения представителям различных профессий), профессионально-ориентационную (стимулирует к получению образования и профессиональной подготовки по высокооплачиваемым специальностям), а также функции формирования платежеспособного спроса населения и обеспечения социальных накоплений (отчисления из заработной платы формируют различные социальные фонды).

Эффективное выполнение оплатой труда своих функций обеспечивает оптимальный для существующих экономических условий уровень заработной платы. Заработная плата, участвуя в процессах перераспределения и использования доходов, выполняет присущие ей функции, связанные с протеканием ряда экономических процессов, обуславливающих изменение состояния социально-экономической среды. Роль управления оплатой труда в национальной экономике с позиций функционального подхода отображена на рисунке 1.

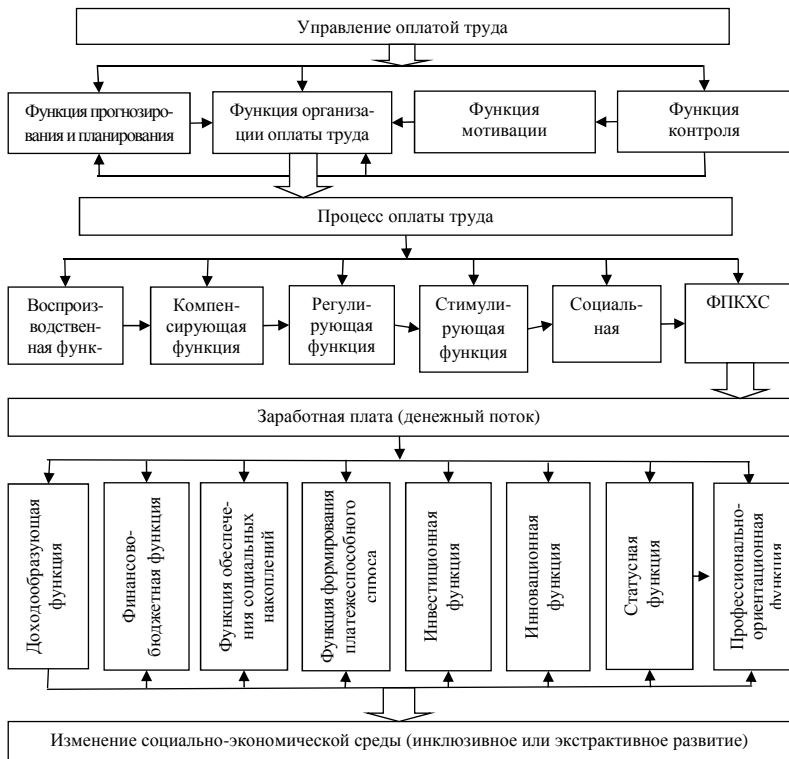


Рис. 1. Роль управления оплатой труда в национальной экономике

Таким образом, в результате исследования получена концептуальная схема, отражающая роль управления оплатой труда в экономике, которая может быть положена в основу построения институциональной модели управления оплатой труда¹.

¹ Долинина, Т. Н. Институциональные модели управления оплатой труда. – Минск: БГТУ, 2019.

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ РЕГИОНА

OPTIMIZATION GOVERNANCE STRUCTURES OF SERVICES OF THE REGION

Климович Л.К.,
Klimovich L.K.,
к.э.н., профессор Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации (БТЭУ),
Гомель, Республика Беларусь,
e-mail: lklimovich@mail.ru

Ключевые слова:

Оптимизация структур управления, регулирование развития региона, инновации, влияние высоких технологий

Keywords:

Optimization of governance structures, regulation of region development, innovations, impact of high technologies

Научная новизна состоит в рассмотрении концепций развития сферы услуг во взаимосвязи с глобализацией мировой экономики, интеграционным развитием и оптимизацией структур управления. Результаты могут быть использованы при принятии управленческих решений в процессе государственного прогнозирования инновационного развития сферы услуг.

Для жизни общества в целом значима совокупность явлений, тенденций и пропорций, формирующихся в социальной сфере. Экономическая парадигма, в течение ряда десятилетий господствовавшая в отечественных и зарубежных управленческих системах, отражала преимущественно материально-вещественные аспекты проблемы, при этом им отводилась роль доминант общественного развития. В современных концепциях развития сферы услуг актуализировано развитие региональной рыночной инфраструктуры, региональной политики. Сложившаяся специализация регионов на производстве определенных видов товаров и услуг вынуждена изменяться под воздействием кризисов, с внедрением высоких технологий. Рассматривая влияние внешней среды на организацию, следует иметь в виду, что их воздействие не одинаково. Поэтому важно уметь выявить наиболее существенные факторы внешнего влияния и выработать эффективные способы реагирования на него.

Постиндустриальное развитие общества в современных концепциях развития сферы услуг актуализировано развитие региональной рыночной инфраструктуры – системы учреждений и организаций, обслуживающих движение товаров и услуг на региональном рынке и обеспечивающих региональный воспроизводственный процесс.

Региональная политика – система целей и задач органов государственной власти по управлению политическим, экономическим и социальным развитием регионов страны, а также механизм их реализации. Эффективность ее реализации зависит от регионального разделения труда и воспроизводства экономического потенциала региона. Традиционно сложившаяся специализация регионов на производстве определенных видов товаров и услуг вынуждена изменяться под воздействием политических, экологических и демографических кризисов, с внедрением высоких технологий.

Проведенное исследование и мировая практика подтверждают, что кластерный подход является мощным инструментом для стимулирования регионального развития с целью улучшения торгового баланса региона, увеличения занятости населения, повышения заработной платы и отчислений в бюджеты всех уровней, повышения устойчивости и конкурентоспособности экономики региона. Внутри кластера реализуется активная политика обмена знаниями, технологиями и инновациями.

В процессе реализации Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года становление и развитие экономики возможно при эффективном функционировании самой среды генерации знаний – основы перехода на инновационный путь развития. Для реализации инновационной стратегии развития необходимы новые подходы в технологиях образования и подготовки руководителей и специалистов.

Факторы, определяющие успех на рынке, одновременно являются и факторами выживания организации. Критическими факторами успеха, являются развитие персонала, инновации; сильные и надежные партнеры (поставщики, альянсы и т.д.); ориентация на клиента; себестоимость продукции; скорость поставок; логистика; компетентность персонала и др.

Сфера услуг способствует формированию важнейших составляющих экономического роста: научных знаний, нематериальных форм накопления, информационных технологий, инноваций. Для создания условий развития инноваций и обновления технологий принимаются следующие меры: мониторинг и формирование инфраструктуры, технопарков, инновационных центров, сетей и агентств по распространению технологий; развитие имиджа и инфраструктурного обеспечения территорий для привлекательности бизнеса и размещения высокотехнологичных объектов; стимулирование малых высокотехнологичных фирм, являющихся одновременно гибкими и высоко рисковыми и т.д.

Республика Беларусь в своей социально-экономической политике на 2016–2020 годы реализует стратегию на основе преемственности целей и приоритетов, которые реализовывались в предыдущие годы. Оптимизация хозяйственных процессов и структур управления любого вида включает следующие действия: установление и распределение комплекса задач; исключение или эффективная координация критически важных точек пересечения интересов; использование адекватной информационной технологии и коммуникаций¹.

Процессы дифференциации мировых и региональных рынков услуг сочетаются с тенденцией территориальных концентраций и усиление ее степени в центре; изменения структуры собственности в сфере обслуживания создают принципиально новую экономическую основу для развития рыночных процессов в экономике. С ростом их конкурентоспособности постепенно ослабляются барьеры для внедрения на национальный рынок иностранных корпораций.

По мнению многих ученых, сфера образования могла бы развиваться по различным сценариям (инновационному, оптимистическому, пессимистическому) при присоединении Беларуси к Европейскому пространству высшего образования (ЕПВО) в рамках союза с Россией. С 2015 года, через 16 лет после начала реализации Болонского процесса органы власти Беларуси и Наблюдательная группа по реализации Болонского процесса (BFUG) будут сотрудничать в отношении разработки и выполнения требований дорожной карты реформы системы высшего образования Беларуси согласно ценностям, принципам и целям ЕПВО².

Внедрение новых стандартов и высоких технологий приводит к изменению структуры и объема платных услуг населению региона. На основании вышеизложенного следует сделать вывод, что стратегически сфера услуг будет развиваться в направлении повышения качества жизни населения на уровне стандартов.

¹ Климович, Л.К. Регулирование развития сферы услуг экологически дестабилизированного региона: монография / Л.К. Климович; под ред. А.В. Неверова. – Гомель : ЦИИР, 2008. – 310 с.

² Климович, Л.К. Мировые, региональные и отраслевые аспекты реинжиниринга сферы услуг//Л.К. Климович//Экономический вестник университета. Сборник научных трудов. – Переяслав-Хмельницкий, 2016. – Выпуск 29/2. –С.198–208.

**СТРАТЕГИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА
КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЕГО ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА¹**

**STRATEGIC SUSTAINABILITY OF THE REGION ENTERPRISES AS AN
IMPORTANT COMPONENT OF ITS INVESTMENT ATTRACTIVENESS AND
ECONOMIC GROWTH**

**Апохина Е.М.,
Apokhina E.M.,
к.з.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: e.apokhina@spbu.ru,
Мелякова Е.В.,
Melyakova E.V.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: e.melyakova@spbu.ru**

Ключевые слова:

Регион, социально-экономическое развитие, инвестиционная привлекательность, предприятие, крупный, средний и малый бизнес, Индекс стратегической устойчивости предприятий, регулирование регионального развития

Keywords:

Region, socio-economic development, investment attractiveness, enterprise, large, medium and small business, Index of strategic sustainability of enterprises, regulation of regional development

На социально-экономическое развитие любой страны мира влияет развитие каждого входящего в неё региона. В Российской Федерации, наряду со значительной дифференциацией регионов по показателям экономического и социального развития, сохраняется группа регионов, которые имеют более чем двукратное отставание от среднего по России уровня доходов на душу населения, а также по привлечению инвестиций в основной капитал.

К таким регионам относятся республики Северного Кавказа, Приволжского федерального округа, юга Сибирского федерального округа, а также субъекты Федерации, расположенных в других федеральных округах: Псковская, Ивановская, Костромская, Брянская, Курганская, Оренбургская области и др.

Факторам развития регионов уделяют большое внимание и российские и зарубежные исследователи. Анализируются традиционные факторы развития регионов, такие, как выгодное экономико-географическое положение, наличие природных ресурсов. Большое внимание уделяется обоснованию роли инвестиций в стимулировании

¹ Исследование выполнено при поддержке РФФИ (проект 18-010-01204 «Оценка стратегической устойчивости предприятий крупного, среднего и малого бизнеса в депрессивных регионах России (на примере Псковской области)»).

экономического роста регионов, формированию условий для развития предпринимательства, инновационному развитию регионов.

Наряду с анализируемыми объективными и субъективными факторами, по мнению исследователей, экономика регионов зависит от деятельности предприятий и организаций, составляющих хозяйственный комплекс региона, но комплексному анализу деятельности предприятий регионов уделяется недостаточно внимания¹. В центре внимания исследователей в настоящее время, преимущественно, вопросы влияния крупного бизнеса на развитие регионов, направления развития и государственной поддержки малого бизнеса, инновационное развитие предприятий. Отдельные параметры развития предприятий в регионах анализируются в работах, посвящённых формированию региональной предпринимательской экосистемы²³. Достаточно большой перечень показателей по анализу конкурентоспособности предприятий региона содержится в работе Смирнова С.Н.⁴, однако он не включает показатели, позволяющие анализировать деятельность предприятий крупного, среднего и малого бизнеса, демографию предприятий, роль предприятий в формировании регионального бюджета и другие. Кроме того, работа носит методический характер, поскольку исследование деятельности предприятий регионов по предложенной системе показателей не проведено.

Для анализа деятельности предприятий КСМБ в регионах России и определения их влияния на инвестиционную привлекательность регионов России применялись методы сравнительного, статистического анализа, индексный метод исследования (расчёт сводного индексного показателя), методы кластерного и корреляционного анализа.

Для проведения исследований была использована система показателей, основанная на использовании баз данных Росстата, системы профессионального анализа рынков и компаний агентства «Интерфакс» – «СПАРК-Интерфакс», рейтингового агентства «Эксперт», Федеральной налоговой службы, Федерального казначейства за 2016-2017 годы.

¹ Климанов В., Будаева К., Чернышова Н. Промежуточные итоги стратегического планирования в регионах России // Экономическая политика. – 2017. – Т.12. – № 5. – С. 104-127.

² Солодилова Н.З., Маликов Р.И., Гришин К.Е. Методический инструментарий оценки состояния региональной предпринимательской экосистемы // Экономика региона. – 2018. Вып. 4. – С. 1256-1269. Doi: 10.17059/2018-4-16.

³ Дорошенко С. В., Шеломенцев А. Г. Предпринимательская экосистема в современных социально-экономических исследованиях // Журнал экономической теории. – 2017. – №4. – С. 212-221.

⁴ Смирнов С.Н. Механизмы повышения конкурентоспособности экономики регионов / С.Н. Смирнов, Ю.В. Симачев, Л.С. Засимова, А.Л. Чулок // Препринт WP1/2005/06 Серия WP1. Институциональные проблемы российской экономики. – М.: ГУ ВШЭ, 2005.

Для оценки деятельности предприятий в регионах было предложено рассчитывать Индекс стратегической устойчивости предприятий, включающий шесть субиндексов¹:

- Субиндекс структуры и численности предприятий крупного, среднего и малого бизнеса;
- Субиндекс производительности труда и оборота предприятий крупного, среднего и малого бизнеса;
- Субиндекс демографии предприятий;
- Субиндекс финансовых показателей деятельности предприятий;
- Субиндекс инновационной активности предприятий;
- Субиндекс показателей налога на прибыль предприятий.

Каждый субиндекс включает от 2 до 6 статистических показателей. Каждый из 26 показателей, на основе которых рассчитывается Индекс стратегической устойчивости предприятий, проходит процедуру нормирования по отношению к максимальному и минимальному значению для сравниваемых регионов, вычисление субиндексов как среднего значения от суммы составляющих его нормированных показателей и расчёт суммарного индекса как суммы значений субиндексов. На основе значений индекса был составлен ранжированный перечень регионов по развитию комплекса предприятий крупного, среднего и малого бизнеса.

На втором этапе исследования с помощью статистического пакета SPSS 23 был проведён кластерный анализ регионов по 26 показателям развития предприятий и выделены 5 кластеров.

На заключительном этапе исследования на основе расчёта коэффициентов корреляции определялась взаимосвязь привлекаемых регионом инвестиций на душу населения и уровня развития комплекса предприятий.

Анализ развития предприятий крупного, среднего и малого бизнеса в регионах России позволил выявить значимую зависимость уровня экономического развития субъектов Федерации от структуры бизнеса. Регионы, имеющие низкий уровень социально-экономического развития отличаются значительно большей долей микропредприятий, и меньшей долей предприятий крупного бизнеса, чем в среднем по России. Имеют более низкую инновационную активность предприятий, менее благоприятные процессы по демографии предприятий, существенно более низкие показатели по фи-

¹ Кузнецов Ю.В., Анохина Е.М., Мелякова Е.В. Подходы к оценке деятельности предприятий в регионах Российской Федерации // Экономика и управление. – 2018. – № 9 (155). – С. 49-59.

нансам предприятий, доле налогов на прибыль предприятий в общей сумме налогов региона и т.д. Комплекс предприятий регионов, имеющих низкий уровень социально-экономического развития, нельзя назвать стратегически устойчивым.

Результаты кластерного анализа¹ позволили выявить параметры оценки стратегической устойчивости предприятий, в соответствии с которой регионы по каждому показателю развития предприятий КСМ бизнеса могут быть отнесены к группе с высокой, средней или низкой устойчивостью. Первый кластер включает три субъекта Федерации – Московскую область, Свердловскую область и Татарстан – с самыми лучшими показателями. Во второй кластер вошли 12 регионов. Это кластер отличается достаточно высокой долей предприятий крупного бизнеса (более 0,6 % от общего количества предприятий региона), наличием на территории регионов крупнейших предприятий, входящих в рейтинг крупнейших предприятий РФ «Эксперт 600». Третий кластер включает 20 субъектов Федерации – с показателями среднего уровня. Самый многочисленный кластер – четвёртый с показателями ниже среднего. Пятый кластер представлен 10-ю регионами с самыми неблагоприятными показателями по развитию предприятий. В состав кластеров с низкой и очень низкой устойчивостью предприятий вошли, преимущественно, регионы с низким уровнем социально-экономического развития.

Анализ взаимосвязи Индекса стратегической устойчивости предприятий и показателя инвестиций в основной капитал на душу населения в регионах РФ в 2017 году показал наличие корреляции средней силы (рисунок 1).

Проведённый анализ показал, что комплекс предприятий в субъектах Федерации с низким уровнем социально-экономического развития функционирует менее эффективно, чем условный среднероссийский комплекс предприятий, позволил выявить существенные различия в показателях развития предприятий. Корректировка выявленных диспропорций будет способствовать более эффективному регулированию развития крупных, средних и малых предприятий и позволит значительно увеличить вклад комплекса предприятий в повышение инвестиционной привлекательности и темпов экономического роста регионов.

¹ При проведении кластерного анализа автономные округа, расположенные на территории субъектов Федерации, учитывались в их составе. Москва, Санкт-Петербург, Тюменская область, Чукотский АО были исключены из анализа, поскольку имели сильно отличающиеся от большинства регионов показатели по развитию предприятий.

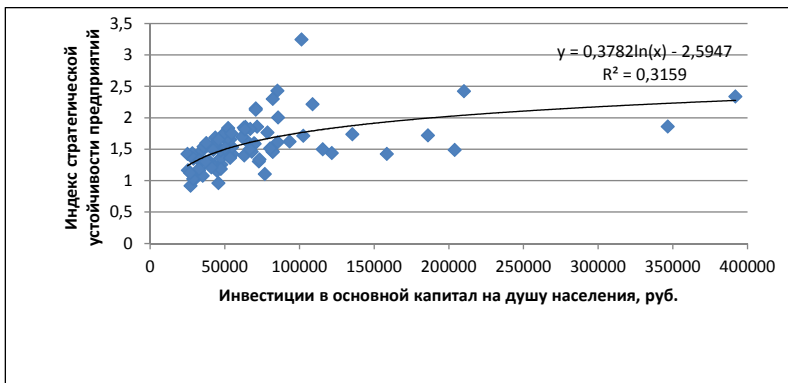


Рис. 1. Взаимосвязь Индекса стратегической устойчивости предприятий и показателя инвестиций в основной капитал на душу населения в регионах РФ в 2017 году.

Необходимо совершенствовать стратегическое управление развитием комплекса предприятий регионов как на федеральном, так и на региональном уровнях, на основе включения в методические указания по разработке региональных стратегий системы показателей и целевых параметров по развитию крупного, среднего и малого бизнеса. Наряду с поддержкой малого бизнеса в регионах России, решающей, преимущественно, социальные задачи, средства национальных проектов могут быть направлены на формирование рациональной структуры бизнеса, формирование центров прибыли в регионах с низким уровнем социально-экономического развития.

**ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ КАК ФАКТОР
РОССИЙСКО - КИТАЙСКОГО ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**TERRITORIAL BRANDING AS THE RUSSIAN-CHINESE CROSS-BORDER CO-
OPERATION FACTOR IN TOURISM**

**Воробьева И.В.,
Vorobieva I.V.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: irinavorob@mail.ru**

Ключевые слова:

Приграничное сотрудничество, брендинг, территориальный брендинг, туризм, Россия, Китай

Keywords:

Cross-border cooperation, branding, territorial branding, tourism, Russia, China

Сегодня экономическое сотрудничество с Китаем для России входит в число приоритетных направлений внешнеэкономических связей. Актуально его развитие и углубление по различным направлениям, значимое место занимает среди которых приграничное сотрудничество и накопленный на протяжении последних десятилетий опыт. Целью данного исследования¹ является оценка возможностей использования современных маркетинговых технологий для развития приграничного сотрудничества России и Китая в сфере туризма, а именно – технологии территориального брендинга.

В экономической литературе авторами дается анализ предпосылок, результатов, тенденций и проблем различных форм сотрудничества приграничных регионов России и Китая. Среди наиболее перспективных сфер потенциального приграничного сотрудничества, таких как приграничная торговля и инвестиционное сотрудничество (проекты в энергетике, промышленности, транспортно-логистической инфраструктуре и др.), трудовая миграция, культура, наука и образование справедливо выделяется туризм. К приграничным регионам Дальнего Востока России, граничащим с Северо-Востоком Китая, относятся Приморский край и Хабаровский край, Еврейская автономная область и Амурская область. Среди китайских регионов – это приграничные провинции Ляонин, Цзилинь и Хэйлунцзян. Ряд исследователей предлагают рассматривать приграничное сотрудничество России с Китаем в широком смысле, добавляя приграничные территории, административно относящиеся к Сибирскому федеральному округу².

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Академии общественных наук Китая в рамках научного проекта № 19-51-93009.

² Зубенко В.А., Юаньное С. Факторы и условия развития российско-китайского экономического приграничного сотрудничества // Региональная экономика: теория и практика. 2019. Т. 17. № 7 (466). С. 1210-1211.

Предпосылками развития приграничного туризма между Россией и Китаем являются наличие туристских продуктов, представляющих интерес для жителей сопредельных регионов, развивающаяся инфраструктура индустрии гостеприимства. Нормативно-правовая база, в том числе направленная на развитие приграничного туризма, включает Федеральный закон о туристско-рекреационной деятельности на Дальнем Востоке (2017 г.), целевую программу Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2019–2025 гг., программы для отдельных территорий (к примеру, Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае на 2013–2020 гг.). Аналогичные документы приняты и в Китае, например, План развития туристической отрасли Северо-Восточного Китая до 2020 гг. Имеется ряд соглашений об упрощении визового режима (в их числе – безвизовый для туристических групп, краткосрочные бесплатные электронные визы на въезд в Россию через пункты пропуска на территориях Дальнего Востока, работающих в режиме «свободного порта»¹). Предприняты в последние годы усилия по развитию приграничной транспортной инфраструктуры в России и Китае. Наличие предпосылок для туризма как формы приграничного сотрудничества России и Китая свидетельствует о том, что имеющийся потенциал по увеличению числа прибытий туристов из сопредельных регионов стран может быть задействован в большей степени.

Возможности для развития приграничного сотрудничества в сфере туризма связаны с использованием маркетинговых технологий, в том числе территориального брендинга. Сегодня все больше российских регионов используют маркетинговые технологии для позиционирования, стоит критически оценить их опыт для внедрения имеющихся наработок. Для развития приграничного туризма целесообразна разработка комплекса маркетинговых мероприятий, включая территориальный брендинг. Территориальный бренд (или брендом территории) представляет собой комплекс представлений, эмоций и ценностных характеристик, ассоциаций о территории (стране, регионе, городе и др. территориальных единицах) в сознании потребителя.

Брендинг приграничных регионов направлен на формирование их конкурентных преимуществ, узнаваемости и позитивного отношения, на улучшение имиджа и повышение известности, что имеет следствием рост популярности у потенциальных туристов. В целом, стоит задача определить те ценности и эмоциональные потребительские предпочтения, устойчивые положительные ассоциации и образы, значимые для тури-

¹ Рензин О.М. Региональное сотрудничество в контексте нового этапа отношений России и Китая // Власть и управление на Востоке России. 2019. № 1 (86). С. 11.

стов регионов соседней страны, влияющие на их лояльность. При формировании бренда территорий для развития приграничного российско-китайского туризма целесообразно обратить внимание на их географическое положение, природные ресурсы и их своеобразие, достопримечательности и уникальные памятники истории, религиозные объекты и культурные традиции, значимые спортивные, деловые и культурные мероприятия и др.

Бренд региона предполагает создание туристического продукта, стимулирующего развитие туризма, превращение приграничных регионов в привлекательное для посещения место. Виды туризма, на которые можно ориентироваться при формировании брендов конкретных приграничных территорий Дальнего Востока, выделены в статье Г.В. Кондратенко¹. Это событийный, культурно-познавательный, круизный, экологический, оздоровительный, развлекательный, деловой, конгрессно-выставочный, гастрономический, спортивный и др. Развитие экологического туризма может дать возможность позиционировать его как национальный бренд Дальнего Востока. Практически все ТОП (территории опережающего развития) Дальнего Востока включают проекты туристической направленности, продвижение брендов которых будет способствовать развитию туризма. В то же время для брендинга приграничной территории целесообразно выделить наиболее приоритетные для нее виды туризма. Аналогично, экотуризм считается перспективным и для Северо-Востока Китая. Так в число приоритетных направлений здесь включают зимний туризм. Для продвижения новых и малоизвестных турпродуктов (к примеру, горнолыжный курорт) предполагается задействовать уже известные бренды как Харбинский фестиваль снега и льда². Таким образом, в китайских приграничных регионах брендинг может быть востребован для центров экологического туризма, формирования единого туристического макрорегиона, к перспективным видам также относится развитие медицинского туризма.

Среди инструментов продвижения брендов территорий для развития приграничного туризма в условиях цифровой экономики сегодня важное место отводится использованию цифровых технологий, в том числе социальным сетям, YouTube каналам, взаимодействию с блоггерами, информации на сайтах сети интернет. При продвижении территориальных брендов на сопредельных территориях целесообразно учитывать его национальную специфику. В том числе целесообразно иметь сайты с информацией на

¹ Кондратенко Г.В. Приграничный туризм – перспективы и вызовы российско-китайского сотрудничества // Известия Восточного института. 2018. № 4 (40). С. 94-100.

² Там же, С.102.

языке целевых потребителей туристических услуг. Региональные органы власти в России и Китае, уделяя внимание формированию и продвижению бренда своих территорий, смогут использовать брендинг для решения целого ряда задач, включая повышение туристской привлекательности.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДАМИ ПОСРЕДСТВОМ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ НЕЙРОМАРКЕТИНГА

IMPROVING THE PROCESS OF BRAND MANAGEMENT THROUGH THE USE OF NEUROMARKETING TOOLS

**Давыденко Е.А.,
Davydenko E.A.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: e.davydenko@spbu.ru**

Ключевые слова:

Маркетинг, брендинг, нейромаркетинг, бренд, нейроисследования

Keywords:

Marketing, branding, neuromarketing, brand, neuro research

В последние годы маркетологи все активнее начинают внедрять инструменты нейромаркетинга в свой арсенал с целью понять и использовать истинные желания и мотивы потребителей. Этот процесс активизировался не только на Западе, но и в России. Ученые оперируют такими терминами как нейроэкономика и нейромаркетинг. И если нейроэкономика - это наука, использующая достижения и инструментарий нейробиологии в экономике, чтобы понять причины принятия человеком тех или иных решений, то нейромаркетинг - это раздел нейроэкономики, который при помощи нейроисследований получает информацию о потребительском поведении и предпочтениях.

На сегодняшний день в России наиболее известными компаниями, которые занимаются проведением нейроисследований, являются компании «Нейротренд», Nielsen и Brain Company. Каждая из компаний применяет свой подход. Так, особенностью методики компании «Нейротренд» является комбинация нейроисследований (неосознаваемых реакций) и традиционной фокус-группы (субъективных оценок) потребителей. Основным инструментом нейромаркетинга, используемым компанией «Нейротренд», является трекинг глаз (eye tracking), метод регистрации движений глаз и отслеживания координат взора. Данный метод используется в основном для исследования внимания и интереса респондентов. С помощью этого метода можно изучать, куда и как смотрел респондент во время эксперимента. Eye tracking позволяет исследовать произвольные движения глаз (саккады и фиксации). Еще одним активно используемым инструментом

нейромаркетинга является электроэнцефалография (ЭЭГ), метод исследования, который заключается в регистрации биоэлектрических сигналов, исходящих из клеток головного мозга. Электроэнцефалограф используется для измерения интереса потребителя, а в случае тестирования, например, компьютерных игр, прибор также предоставляет данные о когнитивных нагрузках - мерах умственных усилий, прилагаемых для решения игровых ситуаций. Полиграф как еще один инструмент нейромаркетинга позволяет фиксировать точный момент возникновения эмоциональной реакции и определять степень ее интенсивности. На основании данных ЭЭГ и полиграфа определяется степень эмоциональной вовлеченности потребителя - его активность, выраженность эмоциональной реакции и качество этой реакции (положительное или отрицательное). Обозначенные выше инструменты нейромаркетинга позволяют проводить тестирование упаковки, рекламы, торгового пространства, сайтов и онлайн-сервисов, компьютерных игр¹.

Аналогичные инструменты нейромаркетинга (трекер глаз, ЭЭГ и полиграф) применяет и еще одна российская компания Brain Company. При этом методика исследования данной компании базируется на трех основных моментах: когнитивная нагрузка, эмоции и вовлечение. Когнитивная нагрузка и вовлечение показывают, насколько потребителю сложно использовать продукт. Оборудование фиксирует, сколько ресурсов тратит мозг на работу с интерфейсом. Эмоции - это чувства, которые вызывает у потребителя то, что он видит. Оборудование позволяет отслеживать силу эмоций и их характер (положительные они или отрицательные). Интерес представляет то, что компания Brain Company помимо прочих направлений тестирования осуществляет тестирование логотипов и бренд-ассоциаций. Так, компания оценивает дизайн логотипа по пяти нейрофизиологическим метрикам: привлекательность, валентность эмоции, вовлечение, запоминаемость и ассоциативные ряды. Такая оценка позволяет узнать, обратит ли покупатель внимание на продукт, что он почувствует и будет ли ему интересно взаимодействовать с товаром или сервисом².

Компания Nielsen имеет почти столетнюю историю и 25 лет уже работает в России. Потребительский нейромаркетинг - область, которую Nielsen развивает уже почти 10 лет. С помощью нейромаркетинга компания помогает брендам анализировать впечатления и подсознательные реакции потребителей и использовать эти знания для создания более прочных коммуникаций с аудиторией. Nielsen специализируется на опти-

¹ Официальный сайт компании «Нейротренд» // <https://neurotrend.ru> (дата обращения 25.09.2019)

² <https://www.brain-company.ru/technology/> (дата обращения 18.09.2019)

мизации эффективности цифровой и видеорекламы, упаковки, маркетинговых элементов в магазине. Среди инструментов нейромаркетинга, применяемых компанией Nielsen, можно назвать такие современные инструменты потребительского нейромаркетинга как биометрия (измерение электропроводности кожи и частоты сердечных сокращений для оценки эмоционального состояния потребителя), кодирование мимики (выражение эмоций (позитивные, негативные, нейтральные)), окулография (отслеживание фокусировки взгляда на контенте).

Если говорить об эффективности применения инструментов нейромаркетинга, стоит отметить, что наибольшую эффективность показывает совместное применение нейромаркетинга и традиционных инструментов маркетинга. Так, исследование, проведенное компанией CBS и Nielsen Catalina Solutions в 2016 году¹, позволило выявить взаимосвязь между инструментами маркетинга и нейромаркетинга, используемыми для оценки поведения потребителей, и их реальным поведением. В ходе исследования были изучены около 60 рекламных роликов товаров повседневного спроса в 20 категориях, с привлечением 900 специалистов в области нейронаук и 28 000 участников самого исследования. Согласно результатам исследования именно сочетание инструментов маркетинга и нейромаркетинга предоставляет наиболее высокий уровень прогнозирования и позволяет предсказывать потребительское поведение гораздо точнее, чем только опросы. Так, до 84% разброса продаж в магазине могут быть объяснены с помощью нейроисследований и опросов, до 77% разброса продаж - проведением комбинированных нейроисследований, до 62% - посредством применения ЭЭГ, до 27% - биометрией, до 24% - опросами, до 9% - кодированием мимики.

Таким образом, на сегодняшний день нейромаркетинг может быть использован на любом этапе создания и продвижения товара или услуг, а наилучшие результаты дает совместное использование инструментов нейромаркетинга и традиционного маркетинга.

¹ . <https://www.nielsen.com/ru/ru/solutions/capabilities/consumer-neuroscience> (дата обращения 10.08.2019)

ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ИХ ОЦЕНКА¹

SUSTAINABILITY FACTORS OF PSKOV REGION AND THEIR ASSESSMENT

Жигалов В.М.,
Zhigalov V.M.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: v.zhigalov@spbu.ru

Ключевые слова:

Устойчивость региона, устойчивость комплекса предприятий, стратегическая устойчивость, Псковская область

Keywords:

Sustainability of region, sustainability of enterprises, strategic sustainability, Pskov region

Для многих регионов России на современном этапе одной из стратегических целей развития становится повышение устойчивости. Действительно по многим ключевым показателям российские регионы отличаются высоким уровнем неравномерности, при этом группа регионов, которую в современных исследованиях относят к депрессивным регионам, отличается стабильно низким значением данных показателей на протяжении длительного периода. Таким регионом, в частности, является Псковская область, которая, согласно данным федеральной службы государственной статистики, устойчиво занимает низкие позиции (ниже 65 места из 85 регионов России) по таким показателям как объем ВРП на душу населения, уровень инвестиций, уровень среднемесячной номинальной заработной платы работников, поступление налогов и сборов на душу населения и мн. др.² Поэтому для Псковской области особенно актуальной является цель повышения стратегической устойчивости для выхода на новую траекторию устойчивого развития.

Оценка стратегической устойчивости проводится путем оценки отдельных показателей, объединенных в группы, причем согласно современным подходам, эти группы выходят далеко за рамки традиционных экономических, социальных и экологических показателей, и включают маркетинговые, кадровые, производственные, инновационные и др. показатели. Стратегический характер устойчивости определяется также такими показателями как управленческая устойчивость, устойчивость конкурентных преимуществ региона, а также показатели устойчивости комплекса предприятий региона.

¹ Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 18-010-01204, проект «Оценка стратегической устойчивости предприятий крупного, среднего и малого бизнеса в депрессивных регионах России (на примере Псковской области)».

² Регионы России. Социально-экономические показатели - 2018 г. Федеральная служба государственной статистики: https://gks.ru/bgd/regl/b18_14p/Main.htm (дата обращения: 10.11.2019).

Включение последней группы показателей обусловлено ключевой ролью предприятий в повышении социально-экономических показателей региона, взаимосвязь между устойчивостью комплекса предприятий и устойчивостью региона обоснована в современных исследованиях¹. Таким образом, для Псковской области актуальна задача повышения устойчивости комплекса предприятий, при этом на первом этапе необходимо провести ее оценку.

Важными направлениями устойчивости комплекса предприятий региона являются такие направления как кадровая, маркетинговая устойчивость, качество управления и другие направления, возможности оценки которых ограничены с точки зрения используемых методов. В силу объективного отсутствия данных в статистических и иных источниках необходимо использование экспертных и социологических методов. Соответствующее пилотное исследование было проведено для оценки показателей устойчивости комплекса предприятий Псковской области. В исследовании, организованном при содействии органов исполнительной власти Псковской области, приняли участие 6 предприятий, из них 1 предприятие крупного бизнеса (российское, с долей государства не менее 50%), 3 предприятия среднего бизнеса (2 частных, российских, 1 российское с долей государства не менее 50%) и 2 предприятия малого бизнеса (частных, российских). Выборочная оценка стала первым, пилотным этапом сбора информации о стратегической устойчивости предприятий для дальнейшего уточнения методики и анкеты и для достаточного для выводов полного исследования предприятий региона. Для получения оценки по основным параметрам устойчивости был применен метод анкетирования.

Количество предприятий, принявших участие в анкетировании на пилотном этапе, не позволяет сделать обобщающие выводы об устойчивости комплекса предприятий Псковской области. Однако, во-первых, можно выделить некоторые общие направления, достоверность и обоснованность которых должна быть исследована в дальнейшем, а во-вторых, можно провести сравнение оценок предприятий по уровню финансовой устойчивости с объективными показателями для подтверждения объективности использования метода анкетирования.

Уровень устойчивости на предприятиях оценивают следующим образом (см. таблицу 1, где 5 - очень высокий уровень устойчивости, 4 - высокий уровень устойчи-

¹ см., например: Кузнецов Ю.В., Анохина Е.М., Мелякова Е.В. Подходы к оценке деятельности предприятий в регионах Российской Федерации // Экономика и управление. 2018. №9 (155). С. 49-59.

ности, 3 - средний уровень устойчивости, 2 - низкий уровень устойчивости, 1 - очень низкий уровень устойчивости):

Таблица 1. Оценка уровня устойчивости предприятий Псковской области

Направление устойчивости	Крупное предприятие	Средние предприятия	Малые предприятия
Финансовая устойчивость	3,7	3	4
Маркетинговая устойчивость	3,7	4	3,8
Организационная устойчивость	4	4	4,4
Кадровая устойчивость	3	4	4
Инновационная активность	3,3	3,2	3,5
Социальная и экологическая устойчивость	3,7	3,2	3,4

Среди указанных в таблице оценок обращают на себя внимание низкий уровень инновационной, а также социальной и экологической устойчивости всех типов предприятий, а также, в целом, невысокий уровень устойчивости крупного предприятия, которое вносит большой вклад в устойчивость региона.

С другой стороны, с точки зрения влияния устойчивости региона на устойчивость предприятий, два предприятия отмечают частичное влияние, а четыре предприятия, что устойчивость региона полностью влияет на устойчивость предприятия. В данном аспекте, несмотря на необходимость более полного вовлечения предприятий региона в исследование, тем не менее, можно сделать вывод о взаимном интересе менеджмента предприятий и региона в повышении уровня устойчивости, что должно быть учтено в целях и задачах предприятий, а также в политике Псковской области. При этом исследование показало, что, в основном, предприятия не выдвигают предложения по повышению устойчивости региона, лишь два предприятия среди предложений по повышению устойчивости предприятий отметили:

- снижение и стабилизацию курса иностранных валют;
- восстановление и развитие отечественного растениеводства и животноводства (как источника для производства отечественного высококачественного сырья и материалов);
- восстановление и развитие отечественного машиностроения;
- восстановление взаимодействия между научными институтами и предприятиями – производителями.

Данные результаты свидетельствуют о необходимости более скоординированных действий органов власти и бизнеса в области формирования стратегических приоритетов и устойчивого развития, совместного поиска решений существующих проблем.

Ключевые проблемы, которые отмечаются в деятельности предприятий:

- снижение покупательской способности населения;
- трудности с продвижением продукции;
- конкуренция со стороны дешевой импортной продукции низкого качества;
- трудности с получением государственных заказов;
- нехватка квалифицированных кадров;
- взаимодействие с научными организациями;
- недостаточный туристский поток для привлечения внимания к производимой продукции;
- высокий уровень налоговой нагрузки;
- высокий уровень процентных ставок по кредитам;
- рост тарифов на услуги естественных монополий;
- недостаток российских поставщиков качественного сырья и материалов;
- рост цен на топливо;
- износ автопарка транспортных средств.

Немаловажными являются организационные и управленческие аспекты устойчивости предприятий. Три предприятия уделяют значительное внимание стратегии развития, сформирована как стратегия, так и система управления ее реализацией, сформулированы ключевые цели развития в области конкурентоспособности, экономической эффективности, взаимодействия с поставщиками и потребителями, продвижения бренда. У ряда предприятий сформирована также система ключевых показателей эффективности. Среди недостатков можно отметить краткосрочную ориентацию стратегии (у одного предприятия - всего на один год, еще у одного предприятия - всего на два года). Два предприятия не имеют стратегию развития и лишь частично или совсем не уделяют внимание вопросам стратегического развития. Эти предприятия также не внедряют инновации. Одно предприятие (с долей государства более 50%) в качестве стратегии развития отмечают государственную программу.

Важным этапом исследования, как отмечалось ранее, стало сопоставление оценок финансовой устойчивости предприятия с объективными показателями, представленными в информационной системе СПАРК-Интерфакс. Оценка на примере одного из предприятий Псковской области показала, что предприятие можно отнести к группе со средним уровнем экономической и финансовой устойчивости, при этом значение показателя устойчивости приближается к группе предприятий с высоким уровнем экономи-

ческой и финансовой устойчивости и положительной динамикой индекса экономической и финансовой устойчивости. По результатам анкетного опроса оценка уровня финансовой устойчивости предприятия составила 3,7 балла из 5, что, в целом, соответствует проведенной количественной оценке. При этом полученные результаты качественной оценки маркетинговой устойчивости (3,7 балла из 5), организационной устойчивости (4 балла из 5), кадровой устойчивости (4 балла из 5), инновационно-инвестиционной устойчивости (3,3 балла из 5), социальной и экологической устойчивости (4 балла из 5) позволяют дополнить оценку финансового аспекта устойчивости и сделать вывод об общем уровне устойчивости предприятия.

РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ДЕПРЕССИВНОГО РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE DEPRESSED REGION IN THE CONDITIONS OF ECONOMY DIGITALIZATION

Кайсарова В.П.,

Kaisarova V.P.,

к.э.н., доцент СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: v.kaisarova@spbu.ru,

Кайсаров А.А.,

Kaisarov A.A.,

к.э.н., доцент, Национальный исследовательский

университет «Высшая школа экономики»,

Санкт-Петербург,

e-mail: kaisarov@hse.ru

Ключевые слова:

Человеческий капитал, депрессивный регион, цифровизация экономики

Keywords:

Human capital, depressive region, digitalization of the economy

Регионы признаны «точками роста» страны, территориями формирования цифровой экономической среды. Ведущим фактором, обеспечивающим стабильность экономического роста и движение Российской Федерации к инновациям, становится человеческий капитал. Именно с участием человеческого капитала развивается информационное общество, которое обеспечивает переход к экономике инноваций, внедрение цифровой экономики в производственную деятельность. Анализ отечественной и зарубежной литературы, посвященной экономической категории «человеческий капитал», выявил зависимость человеческого капитала от инновационной составляющей, качества обучения, опыта и здоровья населения, его неотделимость от условий регионального производства. Зависимость перехода к новому укладу экономики от этого фактора

признана в работах многих Нобелевских лауреатов по экономике (С. Кузнец, 1971; Р. Солоу, 1987). По мнению большинства теоретиков, человеческий капитал XXI века, основанный на способностях, знаниях, мотивации и самореализации, является ведущим фактором повышения конкурентоспособности, инновационной активности, экономического роста и развития территории, в том числе региона. Следовательно, для депрессивных регионов России наличие качественного человеческого капитала особенно актуально, поскольку по определенным причинам, на этих территориях страны перестали действовать стимулы развития и отсутствует возможность преодоления кризисной ситуации без финансовой поддержки государства. Так, более 10 лет Псковская область является дотационным регионом, неспособным к самостоятельному финансовому обеспечению. В настоящее время она обладает государственным долгом, практически равным доходам бюджета (98,5% от доходов бюджета Псковской области в 2016 г.)¹. Значительная задолженность федеральному бюджету обеспечивает низкую инвестиционную привлекательность Псковской области: осложняет разрешение проблемы поиска и привлечения финансовых ресурсов. Уровень инвестиций в основной капитал Псковской области составил 27,3 млн. рублей (2016 г.), а в Новгородской области - 77,6 млн. рублей, в Вологодской области - 120,6 млн. рублей, среднее значение по Северо-Западному федеральному округу - 1660840 млн. рублей². По инвестиционному потенциалу в России, Псковская область находилась на 67 месте, а по рангу риска инвестиционных вложений - на 59 месте в стране³. Ограничены возможности взятия займов Псковской области согласно Бюджетному кодексу РФ: государственный долг не может превышать собственные доходы территории (на начало 2018 г. государственный долг Псковской области составил около 98,5% от областного бюджета).

Ежегодно растёт отток экономически активного населения, сокращается число студентов, как перспективной двигательной силы экономического роста и прогресса. Малая продолжительность жизни населения во многом обусловлена состоянием здоровья, нехваткой медицинских кадров. Поэтому, в первую очередь, на наш взгляд, необходимо приостановить увеличение оттока населения из Псковской области (что соот-

¹ Распределение дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности субъектов Российской Федерации на 2016 год [Электронный ресурс] // Официальные документы Минфина России. URL: https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=76041 (дата обращения: 30.09.2019).

² Регионы России. Социально-экономические показатели [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 30.09.2019).

³ Рейтинг российских регионов по качеству жизни - 2017 [Электронный ресурс] // РИА-рейтинг. URL: <http://riarating.ru/infografika/20180214/630082471.html> (дата обращения: 30.09.2019).

ветствует приоритетам Стратегии), создав привлекательные условия для сохранения и развития человеческого капитала: снижение уровня безработицы и напряженности на рынке труда через создание новых рабочих мест, сокращение числа лиц с доходами ниже величины прожиточного минимума, доведение среднемесячной заработной платы населения и потребительских расходов (в месяц) до уровня, максимально близкому к среднему по Северо-Западному федеральному округу.

На спрос и предложение на региональных рынках труда, организационные и содержательные основы работы людей влияют технологические сдвиги. Новая модель занятости в цифровом пространстве «Работа 4.0» имеет перспективные возможности для занятых и экономики депрессивного региона в целом. Она активно распространяется в мире через создание цифровых платформ, модернизацию производственных процессов (работа вне офиса – из дома (телеработа), на территории клиента (сервисные виды труда), на выезде, при выполнении служебных поручений (конференции, семинары, выставки)). Но такой тип занятости в России все еще считается нетипичным, временным по сравнению с традиционными видами трудовой деятельности.

В рамках соглашения между администрацией Псковской области региона и компанией «Мегафон с 2018 года на трех крупных территориях (Псков, Великие Луки и Остров) стартовал пилотный проект «Цифровой регион». Однако, на наш взгляд, частичное оцифровывание рынка труда Псковской области могло бы увеличить рост карьерных возможностей благодаря доступу к наиболее актуальным вакансиям региона и страны (широко распространено через сайт hh.ru). За счет высокого соответствия профиля соискателя предлагаемой вакансии на цифровых платформах в регионе производительность труда могла бы повыситься, как и эффективность трудоустройства тех специалистов, спрос на которые в Псковской области ограничен или является низким. При этом решающее значение имеют развитие мотивации людей через социальный маркетинг и рекламу, получение новых знаний через дистанционное обучение в ведущих вузах России, развитие он-лайн-образования.

Следовательно, в депрессивных регионах России развитие человеческого капитала в условиях цифровизации экономики требует все более активных усилий академического сообщества по формированию профессиональных, коммуникативных, информационных и цифровых компетенций работников, созданию инновационных управленческих моделей и практик, обоснованию системы мер для успешной занятости населения.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ РОССИЙСКИХ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

IMPROVEMENT OF APPROACHES TO MANAGEMENT OF RUSSIAN INSUR- ANCE COMPANIES FINANCIAL STABILITY

Калайда С.А.,
Kalayda S.A.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: svkalayda@gmail.com,
Малова И.В.,
Malova I.V.,
главный экономист, Северо-Западное главное управление
Центрального банка Российской Федерации,
Санкт-Петербург,
e-mail: cadeau90210@yandex.ru

Ключевые слова:

Финансовая устойчивость, платежеспособность, страховая организация, оценка рисков, активы

Keywords:

Financial stability, Solvency II, insurance company, risk assessment, assets

Центральный Банк РФ с 2017 года в целях развития национального страхового рынка и повышения доверия к его субъектам поступательно внедряет риск-ориентированный подход к регулированию страховой отрасли. По сути, этот подход означает внедрение в РФ европейского подхода Solvency II. Применяемая в странах Евросоюза методика оценки платежеспособности Solvency II направлена на повышение финансовой устойчивости страховых компаний и эффективности регулирования страховых рынков. Эта методика содержит не только количественные требования к оценке достаточности капитала, но и качественные требования к системе корпоративного управления страховщиков и к раскрытию информации в финансовой отчетности.

Финансовая устойчивость страховой организации обеспечивается достаточным и оплаченным уставным капиталом, правильно рассчитанными страховыми тарифами, адекватными принятым обязательствам страховыми резервами, а также принятой системой перестрахования¹. Критерием финансовой устойчивости страховщика считается достаточность страховых резервов и собственных средств как источников выполнения страховых обязательств. В связи с этим регулятором предъявляются повышенные тре-

¹ Чернова Г.В., Калайда С.А. Вопросы эффективного управления финансовой устойчивостью страховой организации. - Страховое дело. - 2010. № 12 (215). – С. 24-31.

бования к порядку формирования этих источников и их размеру, устанавливаются соответствующие нормативные ограничения. Обеспечение достаточности страховых резервов на сегодняшний момент реализуется за счет их формирования по определенным методикам (Правилам формирования страховых резервов) и корректировки в соответствии с Отраслевым стандартом бухгалтерского учета страховщиков. Достаточность собственных средств достигается, в первую очередь, за счет установления минимальной величины уставного капитала страховщиков и обеспечения нормативного соотношения активов и обязательств – установления определенной величины собственных средств страховщика, исходя из сформированного страхового портфеля. Помимо этого, ЦБ РФ специальными нормативными документами регламентирует порядок инвестирования страховых резервов и собственных средств, устанавливая требования к активам, покрывающим их. Реализация риск-ориентированного подхода к оценке платежеспособности и финансовой устойчивости страховой организации предполагает внесение регулятором определенных изменений (Табл. 1).

Таблица 1. Регулирование достаточности страховых резервов и собственных средств страховых организаций в РФ

Источники выполнения страховых обязательств	Нормативные документы		Комментарий
	Действующие	Предлагаемые изменения	
Страховые резервы	Правила формирования страховых резервов ¹		Правилами установлены виды и методы формирования страховых резервов.
	Отраслевой стандарт ²		В соответствии с отраслевым стандартом, основанном на МСФО (международные стандарты финансовой отчетности), предполагается обязательная проверка адекватности сформированных страховых резервов, по результатам которой размер резервов может быть увеличен.
	Правила инвестирования страховых резервов ¹	Положение ЦБ об	Предлагаемое Положение заменит ряд действующих нор-

¹ Положения Банка России от 16 ноября 2016 г. N 557-П «О правилах формирования страховых резервов по страхованию жизни» и № N 558-П «О правилах формирования страховых резервов по страхованию иному, чем страхование жизни».

² Положение Банка России от 4 сентября 2015 г. N 491-П «Отраслевой стандарт бухгалтерского учета в страховых организациях и обществах взаимного страхования, расположенных на территории Российской Федерации».

Собственные средства	Нормативное соотношение активов и обязательств ²	обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков (проект)	мативных документов и внесет изменения в порядок оценки финансовой устойчивости страховщиков.
	Методика определения собственных средств ³		
	Правила инвестирования собственных средств ⁴		
	Требования к уставному капиталу	Требования к уставному капиталу	Требования к минимальной величине уставного капитала установлены Законом об организации страхового дела в РФ. С 2020 года требования ужесточаются.

На уровне страховой организации изменение подходов к оценке платежеспособности страховщика предполагает обязательное принятие определенных управленческих решений как методологического уровня, так и организационного. В частности, страховщику потребуются привлечение квалифицированных специалистов по оценке рисков и разработка внутреннего положения, отвечающего новым требованиям регулятора. В предлагаемых новых условиях оценки платежеспособности и финансовой устойчивости крайне важным для страховой организации становится процесс принятия решений по качественному выбору активов и методов их оценки, а также определения стратегии инвестиционной политики.

¹ Указание Банка России от 22 февраля 2017 года N 4297-У «О порядке инвестирования средств страховых резервов и перечне разрешенных для инвестирования активов».

² Указание Банка России от 28 июля 2015 года N 3743-У «О порядке расчета страховой организацией нормативного соотношения собственных средств (капитала) и принятых обязательств».

³ Указание Банка России от 3 сентября 2018 года N 4896-У «О методике определения величины собственных средств (капитала) страховщика (за исключением общества взаимного страхования)».

⁴ Указание Банка России от 22 февраля 2017 года N 4298-У «О порядке инвестирования собственных средств (капитала) страховщика и перечне разрешенных для инвестирования активов».

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА

INTERNET APPLYING IN INTERNATIONAL TOURISM MARKET RESEARCH

Кириллов А.Т.,
Kirillov A.T.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: Kirillov_at@mail.ru

Ключевые слова:

Маркетинговые исследования, источники информации, Интернет-ресурсы, туристские фирмы

Keywords:

Marketing research, information sources, Internet resources, travel companies

Для современного этапа развития экономики России характерна ее растущая интеграция с мировым сообществом, выход российских фирм на международные рынки. Успешное функционирование на внешнем рынке, производство конкурентоспособных товаров и услуг сегодня невозможно без использования основных механизмов ведения современного бизнеса - маркетинга и информационных технологий.

Туристская отрасль является информационно насыщенной отраслью экономики, поэтому важность своевременной маркетинговой информации для туристского бизнеса нельзя переоценить. Информация о внешнем рынке всегда менее доступна, что создает проблему получения маркетинговой информации для компаний, работающих на международном туристском рынке. Недостаток в соответствующей информации может быть восполнен проведением маркетинговых исследований на базе Интернет, как наиболее доступный источник постоянно обновляемой и удобно структурированной информации.

Интернет предоставляет пользователям значительно больше возможностей управления потоками получаемой информации, чем в случае любого традиционного источника информации. Эти возможности обеспечиваются такими уникальными характеристиками Интернета как телеприсутствие, интерактивный контакт, гипермедийность и навигация в сети. Таким образом, являясь совершенно новым видом источников информации, Интернет требует от исследователей разработки новых концепций для осмысления роли и возможностей маркетинга. Другие виды online систем также могут служить базой для исследований, однако, существуют объективные причины для предпочтения Интернета в этой роли. Сети с ограниченным доступом пользователей значительно менее доступны для маркетинговых исследований. Основной причиной подобных ограничений является конфиденциальность содержащейся в сетях информа-

ции. Напротив, большинство компаний, работающих в Интернете, выражают активную готовность сотрудничать с учеными и исследовательскими компаниями, так как стремятся предвидеть дальнейшие направления развития и применить передовой опыт работы других компаний в Интернет.

Другая актуальная проблема маркетинговой информации для туристских фирм связана с большими расходами при осуществлении маркетинговых исследований. Исследование внешних рынков представляет собой достаточно многомерный и трудоемкий процесс, т.к. необходимо учесть большое количество внешних факторов, что влияет на стоимость получения и сложность обработки необходимой информации. В условиях избыточности рыночных данных и показателей маркетинг не может эффективно работать без автоматизации информационных процессов. Благодаря стремительному развитию технологий сегодня становятся возможным проведение масштабных маркетинговых исследований, получение данных и обработка результатов которых происходит в считанные минуты. Интернет представляет маркетологам практически неограниченные возможности для экспериментов, проверки гипотез, проведения опросов и наблюдений при достаточно низкой стоимости их получения. Таким образом, изучение методов проведения маркетинговых исследований с использованием Интернет-источников является актуальным для туристских фирм.

Основные исследовательские методы в глобальной компьютерной сети можно разделить на три категории: 1) наблюдение и сбор общей информации; 2) эксперимент; 3) качественные и количественные исследования.

Маркетинговые исследования в туризме отличаются многомерностью исследуемых факторов и большим количеством субъектов туристской деятельности. Глубина и сложность исследуемых факторов, зависящие от профиля деятельности турфирмы, будут влиять на выбор методов и инструментов исследования. Поэтому для создания и эффективного применения методик организации туристических Интернет-исследований требуется рассмотрение как общеизвестных методов, взятых из традиционных источников информации (анкетные опросы в режиме онлайн или по электронной почте), так и специализированных технологий, разработанных для использования в гипермедиумном пространстве.

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

INFLUENCE OF ECONOMIC INTERESTS ON THE FORMATION OF THE ORGANIZATION MANAGEMENT MODEL

Маслова Е.В.,
Maslova E.V.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: tour@spbu.ru

Ключевые слова:

Экономические интересы, формы собственности, модель управления организации, формы хозяйствования

Keywords:

Economic interests, forms of ownership, management model of the organization, forms of management

Эффективность управления на любом уровне прямо зависит от глубины познания, степени учета экономических интересов всех участников хозяйственной деятельности. Экономические интересы определяют основные характеристики поведения хозяйствующих субъектов и являются движущей силой всех социально-экономических инноваций. Данное положение обусловлено тем, что каждая система управления представляет собой конкретную форму реализации интересов собственников ресурсов, используемых в деятельности организации, и чем более адекватна эта система управления содержанию и направленности экономических интересов, их глубинной сущности, тем полнее и эффективнее реализуются эти интересы.

Анализ системы экономических интересов может служить основой для выбора наиболее эффективной модели управления организации в условиях их разнообразия и позволит сформировать систему управления в рамках выбранной модели, опирающуюся на коренные экономические интересы субъектов управления, согласованные с экономическими интересами сотрудников как объекта управления.

Категория «экономический интерес» занимает важное место в звене движущих сил хозяйствующих субъектов, непосредственно связана с системами мотивации трудовой и предпринимательской деятельности. Можно обратиться к следующему определению: «Экономические интересы - это такая объективная характеристика объективного положения людей, которая показывает, что им в силу этого положения, выгодно или невыгодно и в какой степени, какие действия в рамках данной системы общественно-экономических отношений или изменения данной системы улучшают или ухудшают их

экономическое положение и в какой мере»¹. «Выгодность» каких-либо действий и изменений может быть оценена исходя из принципа реализации наилучшего способа удовлетворения потребностей с точки зрения достижения поставленных целей субъектов экономической деятельности.

Основой для формирования и реализации системы экономических интересов, обуславливающей их объективный характер, являются отношения собственности. Одна и та же форма собственности может иметь различные механизмы реализации, а, следовательно, и различные формы хозяйствования и модели управления. Многообразие моделей управления организаций обусловлено тем, что, во-первых, отношения собственности предусматривают функции владения, распоряжения и пользования. И, хотя, производственный процесс и управление им осуществляется в целом в интересах собственников ключевых ресурсов, в рамках обособленной хозяйствующей единицы, например, предприятия, перечисленные функции редко концентрируются у одного субъекта, и возникает необходимость согласования их интересов. Во-вторых, можно определить многообразие уровней, форм и субъектов присвоения как ресурсов предприятия, так и результатов его деятельности.

Организационно-правовая форма предприятия закрепляет юридический статус предприятия, механизм формирования имущества, распределения доходов, что оказывает непосредственное влияние на выбор формы хозяйствования и модель управления. Именно собственник уставного капитала предприятия будет определять механизм реализации собственности как условие реализации его экономических интересов.

Реализация определенной формы хозяйствования непосредственно связана с моделью управления предприятием. Систему правления предприятием можно рассматривать в двух взаимосвязанных аспектах: как механизм реализации определенных отношений собственности с их функциональными формами владения, распоряжения, пользования и присвоения как управление производственно-хозяйственной деятельностью предприятия как обособленной хозяйственной единицы для достижения определенных целей.

На основе анализа механизма формирования собственности, ее владения, способа присвоения и распределения чистого дохода, размера предприятия, применяемой модели управления можно предложить следующую классификацию форм хозяйствования:

¹ Политико-экономические основы управления социалистической экономикой: Моног. Гусарев А.С., Еремин А.М., Лавринков Ю.А. и др. Под ред. Н.А.Моисеенко. – М.: Высш.школа, 1982. – с.51.

- малые формы хозяйствования;
- формы хозяйствования предприятий, находящихся в собственности трудового коллектива; формы хозяйствования;
- формы хозяйствования, основанные на разграничении таких функций собственности как владение с одной стороны, и распоряжение и пользование – с другой;
- формы хозяйствования, основанные на четком разделении функций владения, распоряжения и пользования.

Любая форма хозяйствования и модель управления, действующая или выбираемая должна оцениваться с позиции критериев и показателей эффективности и степени реализации экономических интересов субъектов хозяйствования. Обоснование выбора тех или иных форм хозяйствования включает два взаимосвязанных критерия: во-первых, необходимо исходить из соответствия той или иной формы хозяйствования отношениям собственности и возникающим на их основе экономических интересов; во-вторых, форма хозяйствования должна обеспечивать эффективное использование всех ресурсов.

На основе анализа отечественного и зарубежного опыта развития различных форм хозяйствования можно выделить две противоположные тенденции в развитии механизмов реализации собственности: первая основана на все большем разделении отношений пользования, владения и связанных с ними правами управления, с одной стороны, и распоряжения (контроля и присвоения) – с другой. Вторая тенденция связана с развитием трудовой формы собственности, предполагающие соединение функций владения, распоряжения и использования у одного субъекта, развитие самоуправления.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ РФ
PROBLEMS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES DEVELOPMENT IN THE
REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Михеева Д.Г.,
Mikheeva D.G.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: d.mikheeva@spbu.ru

Ключевые слова:

Регионы РФ, малый и средний бизнес, малые предприятия, предпринимательство, предпринимательская деятельность

Keywords:

Regions of the Russian Federation, small and medium business, small enterprises, entrepreneurship, entrepreneurial activity

В социально-экономическом развитии экономики РФ очень важную роль играет сфера малого и среднего бизнеса. Именно данная форма деятельности способна наиболее полноценно удовлетворять спрос населения на разнообразные товары и услуги. Более того, малый и средний бизнес создает рабочие места, разрабатывает и внедряет новые технологии. Согласно статистике в России только 3% субъектов малого бизнеса действуют на рынке более трех лет¹. Причины такой тенденции кроются в проблемах, с которыми ежедневно сталкиваются владельцы бизнеса.

Основными неблагоприятными факторами, которые влияют на бизнес можно считать: рост инфляции; снижение доходов населения, в связи с чем падает спрос на товары и услуги; курс рубля; рост процентной ставки в банках; усиленный контроль со стороны Росфинмониторинга; высокие налоговые нагрузки, большое количество штрафных санкций; высокая конкуренция со стороны крупных предприятий; географические данные субъектов РФ; отсутствие экономической поддержки со стороны государства.

Таким образом, в современных условиях проблема выхода малых и средних предприятий на рынок характеризуется наличием очень многих существенных факторов, сдерживающих возможность развития бизнеса. Многие виды деятельности перестают быть привлекательными для новых малых организаций, это связано в свою очередь с низким уровнем прибыльности и наличием высокого уровня конкуренции на инвестиционном рынке. Также проблемами для руководителей бизнеса являются ограничения со стороны органов власти и управления всех уровней, например, налогообложе-

¹ Антилов А.И. Проблемы малого предпринимательства в национальной экономике // Актуальные проблемы современной науки.-2017.№6.с.14-22.

ние, порядок регистрации малых предприятий, лицензирование, предоставление производственных помещений, земли.

Наиболее проблематичным и препятствующим фактором является законодательство в области налогов, бухгалтерского учета, арендных и таможенных правил. Так, вновь создаваемое предприятие обязано еще до начала своей деятельности, до получения своей первоначальной прибыли, расходовать свои финансы на: внесение уставного капитала, оплата органов регистрации предприятий, органов статистики, роспотребнадзора и т.д. Также открывающиеся предприятия вынуждены тратить средства на услуги нотариуса, которые необходимы для оформления учредительных документов. Все эти факторы создают финансово-административный барьер для малого и среднего бизнеса.

Отдельно стоит отметить очень важный фактор, который также является ограничителем развития бизнеса, это материально-финансовая обеспеченность, а именно: отсутствует первоначальный капитал для регистрации своей деятельности, отсутствует стартовый капитал для обеспечения функционирования организации, высокие процентные ставки по кредиту.

Общее количество субъектов малого бизнеса в РФ на 2018 год составляет 6 миллионов 24 тысячи 31 единиц, из них 2 миллиона 682 тысячи 686 юридических лиц и 3 миллиона 341 тысяча 345 индивидуальных предпринимателей. Наибольшее количество субъектов малого бизнеса расположено на территории Центрального ФО, 1 миллион 856 тысячи 452 единиц, что составляет 31% от общего числа. Второе место занимает Приволжский ФО (1 078 110 единиц), удельный вес 18% от общего числа единиц. Наименьшее количество субъектов малого бизнеса находится на территории Северо-Кавказского ФО (201 тысяча 948 единиц) или 3% и Дальневосточного ФО (259 тысяч 747 единиц) или 4% ¹. Анализируя приведенные данные, можно сделать выводы, что наблюдается как положительная, так и отрицательная динамика количества малых предприятий. Увеличилось количество субъектов МБ в Центральном ФО на 23 тысячи 238 единиц (1,26%), в Северо-западном ФО на 13 тысяч 314 единиц (1,93%). В свою очередь, уменьшились показатели на 386 тысяч 792 единицы (55,47%) в Сибирском ФО и в Дальневосточном ФО на 153 тысячи 214 единиц (58,75%). Несомненным лидером является Центральный ФО, это обусловлено, прежде всего, наличием хороших условий для развития бизнеса, соответственно и получения хорошей прибыли. Особое внимание

¹ Официальная статистика: предпринимательство [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/ (дата обращения: 01.08.2019).

стоит уделить Дальневосточному ФО и Сибирскому ФО. Соответствующие органы контроля субъектов малого бизнеса РФ должны следить за данными изменениями, чтобы впоследствии избежать финансовых проблем и застоев в будущем, так как это может нанести экономический урон, как для экономики регионов, так и для экономики РФ в целом.

Необходимо отметить, что в бюджетно-дефицитных регионах России малый и средний бизнес имеет определяющее значение в обеспечении их развития, поскольку этот сектор оказывает в той или иной мере формирующее влияние на большинство параметров, которые характеризуют развитие региона. Поэтому власти таких регионов, как, например, Северо-Кавказского ФО, Дальневосточного ФО, должны предпринимать меры, функционально ориентирующие сектор малого бизнеса на достижение развития экономики. Но при этом важную роль играют и особенности самих регионов, так как они могут стимулировать и сдерживать развития малого бизнеса в указанном направлении. Эти особенности касаются различных аспектов, из которых наиболее значимыми являются специфика социо-хозяйственного пространства региона, как среды функционирования малого бизнеса, ресурсные возможности региона, стратегическая направленность региональной и муниципальной власти по обеспечению опережающего развития этого сектора и т.д. Таким образом, можно сделать вывод, что малый бизнес, как сектор региональной экономики, является важным стратегическим ресурсом, внутренним источником устойчивого и сбалансированного развития экономики российских регионов и обеспечения материального благосостояния их населения в условиях рыночного хозяйствования.

ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

TRANSFORMATION OF THE ENTERPRISES COST MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TECHNOLOGIES DEVELOPMENT

Нестеренко Н.Ю.,
Nesterenko N.Y.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: n.nesterenko@spbu.ru

Ключевые слова:

Управление затратами, управленческий учет, цифровизация, управление фирмой

Keywords:

Cost management, management accounting, digitalization, firm management

Развитие цифровых технологий оказывает значительное влияние на управление фирмой. Возникают новые бизнес-процессы, сокращается количество контрагентов, ускоряются транзакции. Возникающие положительные эффекты от цифровизации не означают повышение эффективности бизнес-процессов. Актуальность исследования обусловлена тем, что изменения в системе, обусловленные цифровизацией, влекут за собой ощутимые изменения в управлении затратами.

Роботизация производства, о которой говорят многие зарубежные и российские ученые, оказывает влияние не только на рынок труда, занятость и трансформацию производственных отношений, но и приводит к трансформации себестоимости производства. Прямые производственные затраты, к которым относятся затраты на оплату труда, сокращаются в случае замены человеческого труда роботами. Вместе с тем возникают капитальные затраты, связанные с приобретением роботизированного оборудования. Равномерно распределенные во времени денежные потоки, сопровождавшие использование рабочей силы в производственных процессах, трансформируются в разовые капитальные затраты, а также текущие затраты на эксплуатацию роботизированного оборудования. Кроме того, эксплуатация роботов сопровождается растущими затратами на электроэнергию и топливо.

Трансформация структуры денежных потоков и затрат, связанных с переходом от использования рабочей силы к роботизированной технике, влияет на механизм оценки эффективности роботизации. В данном случае подход чистого приведенного эффекта должен быть расширен включением дополнительных составляющих. В состав денежных потоков от эксплуатации роботизированного оборудования должны быть включены стоимость затрат электроэнергии, затрат на техническое обслуживание.

Решение о внедрении новых цифровых технологий должно опираться на анализ релевантных затрат и доходов. К релевантным затратам будут относиться затраты на приобретение и введение в эксплуатацию цифровой технологии, затраты на ее обслуживание (включая затраты на обучение), затраты на вывод из эксплуатации (в том числе, утилизация) старого оборудования. Релевантные доходы включают в себя величину экономии затрат на оплату труда за счет высвобождения рабочей силы (включая налоговые отчисления), а также дополнительные доходы, связанные с ростом объемов производства в результате роста производительности труда.

Подобный расширенный подход к оценке эффективности внедрения цифровых технологий позволяет комплексно анализировать возникающие на уровне предприятия положительные и отрицательные эффекты. В этом контексте затраты на персонал становятся одним из важнейших факторов принятия решения о внедрении цифровых технологий. Дешевая рабочая сила, а также высокие затраты на обучение персонала новым цифровым технологиям становятся серьезным препятствием цифровизации.

Научная новизна заключается в расширении подхода к оценке эффективности внедрения цифровых технологий за счет включения в анализ стоимостной оценки положительных и отрицательных эффектов. В исследовании рассматриваются следующие моменты: трансформация себестоимости при переходе к цифровым технологиям; положительные эффекты цифровизации; стоимостная оценка негативных эффектов цифровизации; оценка эффективности внедрения цифровых технологий.

ПОТЕНЦИАЛ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РФ

POTENTIAL OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ARCTIC ZONE

**Поляков Н.А.,
Polyakov N.A.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: n.polyakov@spbu.ru**

Ключевые слова:

Арктическая зона РФ, инновационно-территориальные кластеры, опорные зоны, инновационный потенциал

Keywords:

Arctic zone of the Russian Federation, innovation-territorial clusters, support zones, innovation potential

Освоение Арктической зоны РФ (АЗРФ) превратилось в последние годы в одну из самых актуальных задач российской экономики. На реализацию планов социально-

экономического развития АЗРФ до 2025 года предусмотрен объем финансирования только за счет федерального бюджета более 190 млрд. рублей. По итогам статистического наблюдения в арктических регионах растет деловая активность, обороты промышленного производства в 2018 году составили порядка 7 трлн. рублей, объем грузоперевозок в этом же году по Северному морскому пути вырос до 19,7 млн. тонн в год, что составило рекордное значение за всю историю освоения Арктики¹.

Новая редакция Государственной программы социально-экономического развития АЗРФ конкретизирует этапы и расставляет приоритеты в виде отдельных Подпрограмм (включая ФЦП): «Формирование опорных зон развития и обеспечение их функционирования, создание условий для ускоренного социально-экономического развития Арктической зоны Российской Федерации»; «Развитие Северного морского пути и обеспечение судоходства в Арктике»; «Создание оборудования и технологий нефтегазового и промышленного машиностроения, необходимых для освоения минерально-сырьевых ресурсов Арктической зоны Российской Федерации».

В Стратегии развития АЗРФ также определены приоритеты освоения Арктики. Это промышленная разработка арктического шельфа; развитие науки и технологий с целью эффективного использования природных запасов; возведение транспортной инфраструктуры; национальная безопасность и экология.

Арктика выступает предметом повышенного внимания приарктических государств. (В Арктический Совет в соответствии с Оттавской декларацией входят такие страны как Канада, Королевство Дания, Финляндия, Исландия, Норвегия, Российская Федерация, Швеция и Соединенные Штаты). Основные задачи межправительственного сотрудничества лежат в плоскости защиты окружающей среды и улучшения условий жизнедеятельности Арктических общин. Однако, экономические, хозяйственные вопросы и вопросы безопасности выступают ключевыми направлениями отдельных государств.

Вопросу развития Северного морского пути и ресурсно-сырьевой базы Российской Арктики большое внимание уделяют транснациональные компании. В новых совместных проектах российского и международного бизнеса в сфере топливно-энергетического комплекса присутствуют такие игроки как Total, CNPC, CNOOC, Saudi Aramco, Saibu Gas Co.

¹ Статистическая информация о социально-экономическом развитии Арктической зоны Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/region_stat/calendar1-2019.htm (дата обращения 24.09.2019).

Освоение АЗРФ тесно связано с применением инновационных технологий, особенно это актуально на фоне санкционного давления в энергетической сфере. Развитие регионов на основе инноваций является ключевым фактором конкурентоспособности территории. Для определения возможности генерировать инновации субъектам РФ, входящих в АЗРФ, необходимо задуматься над реализацией их инновационного потенциала. Арктика аккумулирует значительный потенциал развития России. В научной литературе можно найти большое количество формулировок и оценок, раскрывающих суть этого показателя. В целом к потенциалу территории относят все ресурсы территории и ее возможности (природные, инфраструктурные, трудовые, исторические, производственные, научно-образовательные, технологические и др.) с целью комплексного развития территории и населения на расширенной основе. В тоже время потенциал инновационного развития территории может определяться как интегральная совокупность различных ресурсов, а также возможностей создания и применения инноваций на определенной территории, и что важно «готовности бизнес-сообщества и власти территории оперативно внедрять передовые разработки, инновационные продукты, услуги и технологии в производственной и управленческой деятельности; готовности власти, бизнеса и населения территории воспринимать и гибко реагировать на инновационные импульсы внутренней и внешней среды, оперативно адаптируясь к новым условиям хозяйствования и управления»¹. Примером интегральной оценки инновационного потенциала по методу бальных оценок регионов крайнего Севера выступает исследование Института экономических проблем Кольского научного центра РАН².

В Правительстве РФ инновационное развитие территории связывают с созданием в арктических регионах опорных зон, т.н. точек экономического роста; формированием инфраструктуры Северного морского пути; освоением континентального шельфа за счет применения перспективных технологий и современной техники. Планы арктических регионов, прежде всего, связаны с решением проблем социального обеспечения населения, реализацией проектов инженерной, и транспортной инфраструктуры. Однако комплексное решение задач освоения Арктики необходимо связывать с созданием в этих районах опорных зон опережающего развития, где ключевая роль отведена возможности реализации инновационного потенциала территории.

¹ Татаркин А. И., Новикова К. А. Инновационный потенциал территории в поведенческих оценках населения // Экономика региона. – 2015. – № 3. — С. 279-294

² Павлова С.Н. Развитие инноваций на Севере: проблемы и перспективы // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 4 (52). – С. 268 - 271.

Ключевым направлением реализации инновационного потенциала АЗРФ выступает задача создания и развития инновационно-территориальных кластеров в арктических регионах. Что позволит активизировать наукоемкий и высокотехнологичный бизнес по приоритетным направлениям развития субъектов РФ. Кластеры, на наш взгляд, должны выступать важным элементом опорных зон арктических регионов, инновационным типом экономического развития территории. Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. заложены основы кластерного развития, где определен «переход к новой модели пространственного развития российской экономики за счет создания новых центров социально-экономического развития, опирающихся на развитие энергетической и транспортной инфраструктуры, создания сети территориально-производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал территорий»¹.

Выводы. Кластеры позволяют выстраивать систему распространения новых знаний, способствуют эффективному взаимодействию хозяйствующих субъектов; определяют новые направления в бизнесе, в том числе наукоемкие и высокотехнологичные; ускоряют инновационные процессы, что является мощным конкурентным преимуществом арктического региона.

С учетом выстроенных приоритетов социально-экономического развития АЗРФ на первый план выходят кластеры предприятий информационно-коммуникационных технологий, радиоэлектроники и приборостроения; нефтегазопереработки; геологоразведки; промышленного машиностроения; горной промышленности; черной металлургии, судостроения; ядерных и радиационных технологий. Важное место отведено экологии. Экологическая безопасность в освоении новой территории и арктического шельфа, т.н. чистые технологии (cleantech) должна выступать в качестве ключевого направления кластерного развития.

¹ Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527/ (дата обращения (18.10.2018 г.)).

**ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО СООБЩЕСТВА
В СИСТЕМЕ ПАРТИСИПАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

**ECONOMIC AND LEGAL REGULATION OF THE NATIONAL BUSINESS
COMMUNITY IN THE PARTICIPATORY MANAGEMENT SYSTEM**

**Соловьева О.А.,
Solovyeva O.A.,
к.э.н., доцент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: o.solovyeva@spbu.ru**

Ключевые слова:

Государство, развитие экономико-правовой среды, предпринимательское сообщество, регулирование экономики

Keywords:

State, development of the economic and legal environment, business community, economic regulation

Трансформации, претерпеваемые современным рынком, оказывают влияние на уровень и масштабы социально-экономической эволюции, обуславливая технологические (в том числе цифровые) возможности экономико-правового регулирования. В целом государственное регулирование предпринимательской деятельности представляет социально-политический процесс, который обременен геополитическим местом страны в мире. В условиях постоянно действующего, по отношению к России, внешнего санкционного режима, актуализируется вопрос о границах административно-правового регулирования экономически активных хозяйствующих субъектов.

Следует отметить, что и предпринимательство все больше возлагает на государство, его ресурсы и институты административно-правовых полномочий как гаранта получения максимальной результативности от своей деятельности (в том числе и в рамках государственно-частного партнерства). Реализация партисипативного управления посредством административно-правового регулирования предпринимательства с ориентацией на выполнение не только количественных, но и качественных показателей необходима для соблюдения паритета частных и публичных интересов в обществе. Исходя из этого определяется исследование экономико-правовых основ, режимов и принципов административно-правового регулирования предпринимательства, а также возможности дальнейшего экономико-правового становления партисипативного управления в России.

Понимание процессов, протекающих в современной предпринимательской среде, и осознание необходимости в модернизации административно-правового регулирования бизнеса, обуславливает необходимость теоретико-методологического обоснова-

ния ценности партисипативного управления в рамках административно-правового регулирования предпринимательства и формирования комплекса рекомендаций по его улучшению в условиях конституционной экономики России. В связи с этим объектом исследования была определена совокупность общественных отношений, возникающих в процессе осуществления государственного регулирования предпринимательской деятельности. Предметом исследования – экономико-правовые труды ученых, документы правового характера, касающиеся административно-правовых исследований в сфере регламентации и применения партисипативного управления в условиях конституционной экономики.

Методы и методология проведенного исследования осуществлялись на основе общенаучных и специализированных форм познания: диалектического, логического, исторического, рационалистического, структурно-функционального, фрактального, статистического и др. Это позволило определить сущностные характеристики исследуемых явлений и установить траектории движения и конфигурации их проявлений. Реализация потенциала системного, а также, эволюционного и синергетического подходов, обеспечили преемственность в уточнении научно-теоретической конструкции экономико-правовых трансформаций.

В результате проведенного исследования были достигнуты следующие результаты:

1. Конкретизирована правовая аргументация мер по развитию или не ограничению развития субъектов «крупного бизнеса» (в рамках Федерального закона № 209-ФЗ от 24.07.2007 г.);
2. Уточнена интерпретация дефиниции «организационно-правовые формы предпринимательства»;
3. Дифференцированы административно-правовые режимы, регламентирующие предпринимательскую деятельность по типу экономических отношений;
4. Унифицированы принципы административно-правового регулирования предпринимательства;
5. Определены организационно-правовые формы партисипативного управления как особого административно-правового режима предпринимательской деятельности;
6. Конкретизированы критерии (требования) к участникам конкурса (в рамках Федерального закона от 21.07.2005 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях»);
7. Разработаны структурные элементы и алгоритм экономико-правовой легитимизации сорегулирующего взаимодействия в рамках Проекта «Региональное сообще-

ство предпринимателей Ленинградской области» на платформе Ленинградской областной торгово-промышленной палаты.

Таким образом, практические рекомендации исследования, могут быть использованы при создании федеральных и региональных планов и нормативно-правовых документов с учетом особенностей национального предпринимательства. Полученные научные итоги могут оказать практическую помощь экономико-правовым институтам государства и коммерческим структурам различных форм собственности при организации эффективного взаимодействия.

НАЛОГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НДС НА МИКРО- И МАКРОУРОВНЕ

TAX MANAGEMENT OF VAT AT MICRO AND MACRO LEVEL

Терентьева Т.О.,

Terentyeva T.O.,

к.э.н., доцент СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: t.terentyeva@spbu.ru

Куртseitова Л.Т.,

Kurtseitova L.T.,

магистрант СПбГУ,

Санкт-Петербург,

e-mail: st071726@student.spbu.ru

Ключевые слова:

Налоговый менеджмент, НДС, изменение ставки, налоговые реформы, арбитражная практика

Keywords:

Tax management, VAT, changing of rate, tax reforms, arbitrage practice

Налоговый менеджмент – понятие для российской экономической и юридической науки относительно новое. В связи с этим возникает ряд пробелов, заполнить которые необходимо.

Во-первых, налоговый менеджмент на микроуровне часто сводится лишь к налоговому планированию или налоговой оптимизации. Тогда как внутрифирменный выбор налоговых платежей зависит от организационно-правовой формы деятельности компании, видов гражданско-правовых договоров, заключаемых с контрагентами, взаимодействия с налоговыми структурами в спорных ситуациях, прогнозирования их позиции и реформ налоговой системы в стране в целом.

Во-вторых, данное явление значительно лучше исследовано экономистами, тогда как юристы могли бы внести существенный вклад в уточнение дефиниции. Достаточно вспомнить, что «настоятельными книгами» налогового менеджера являются норма-

тивные акты, такие как Налоговый кодекс РФ (макроуровень) и Приказ об учетной политике для целей налогообложения (микроуровень).

В-третьих, роль налогового менеджмента на макроуровне как науки управления государственными доходами от налогообложения неизменно возрастает. Осознанно управлять налогами на уровне государства не менее важно, чем на уровне предприятия, чтобы налоги рассматривались госслужащими не только как средство пополнения казны, но в первую очередь как экономические регуляторы бизнеса.

В докладе эти проблемы рассмотрены на примере налога на добавленную стоимость как первого налога по собираемости, дающего казне треть всех доходов. В работе исследуются два аспекта: макроаспект - последствия государственной политики по увеличению ставки НДС с 2019 г. до 20% и микроаспект - арбитражная практика споров налогоплательщиков и налоговых органов в последнее время по эпизодам, связанным с этим налогом.

В августе 2018 г. Центральный банк РФ опубликовал доклад «Об оценке влияния повышения основной ставки НДС на инфляцию»¹, которому предшествовал опрос среди российских предприятий для анализа влияния повышения ставки НДС на их издержки и отпускные цены. Основная часть опрошенных компаний планировала повысить цены в I-II кварталах 2019 года от 1 до 5%. Эксперты Центрального банка оценили вклад повышения НДС в годовую инфляцию с учетом влияния структуры налогообложения и дополнительных факторов от 0,6 до 1,5%. В нашей работе предложен более детальный анализ эффекта повышения ставки НДС на инфляцию. Поскольку рост цен больше всего сказывается на малообеспеченных слоях населения, то за основу рассуждений была принята потребительская корзина и изменение ее стоимости. В итоге увеличение стоимости потребительской корзины относительно минимальных доходов населения России по оптимистическому сценарию составило около 3%, по пессимистическому прогнозу – более чем на 11%.

Данная реформа НДС по расчетам Правительства РФ позволит в 2019 г. государству дополнительно получить 620 млрд. руб. Ожидается, что средства будут потрачены на образование, здравоохранению и инфраструктуру. Однако противники реформы считают, что государственный «налоговый менеджмент» нацелен на иные потребности. В бюджете 2019 года заложен рост расходов на оборону и мотивацию госчиновников (читай – рост зарплаты), соответственно, на 12 и 39 млрд. руб. по сравнению с

¹ Доклад об оценке влияния повышения основной ставки НДС на инфляцию. – М.: Банк России, август 2018 г. // https://www.cbr.ru/Content/Document/File/47495/2018_01_nds.pdf

2018 г. До настоящего времени ни Росстат, ни Центробанк, ни кто-либо еще не сделал попытки оценить фактическое влияние повышения НДС на рост инфляции в России в первой половине 2019 г. Из доклада экономистов Института Гайдара и РАНХиГС следует, что аналитиков больше интересует вопрос об эффекте повышения НДС для бюджета¹. Однако этот вклад оценивается тоже очень умеренно.

Дело в том, что российские организации уделяют, как правило, повышенное внимание управлению своими налоговыми платежами. Если налоговая нагрузка возрастает, как следствие, возрастает приоритет совершения сделок и иных действий с целью ухода от налогов. Наличие такой цели у налоговых менеджеров организаций, может привести к неоднозначной трактовке сделок, то есть к возможности быть оспоренными со стороны налоговых органов с начислением всех вытекающих из этого налогов, пеней и штрафов. Рассматривая ситуации арбитражной практики по спорам, связанным с НДС, мы пришли к следующему выводу.

Компании на свой страх и риск продолжают проводить налоговую оптимизацию, поскольку из года в год объем налоговых платежей по НДС в масштабе всего государства только растет. За тот период, который мы рассматривали, он вырос с 12 млрд. руб. в 2006 г. до 42 млрд. руб. в 2018 г. Тогда как процент уплаты НДС от исчисленной суммы составляет стабильно менее 1%, а доля вычетов от исчисленной суммы – 90 с лишним процентов. При этом процент доначислений по итогам налоговых проверок составляет в районе 50% от суммы уплаты, что свидетельствует о значительной величине завышения НДС, принимаемого к вычету, и претензий со стороны налоговых органов.

Поэтому при всей значимости НДС как доходной статьи российского бюджета и одновременно объективного стремления организаций-налогоплательщиков оптимизировать налоги, ждать резкого повышения его собираемости не стоит. А учитывая, что НДС как косвенный налог перекладывается на плечи конечного потребителя, такой налоговый менеджмент на уровне государства приводит к росту инфляции и снижению реальных доходов населения.

¹ Мониторинг экономической ситуации в России, № 14(97), Сентябрь 2019 г. // <https://www.iep.ru/ru/publikacii/category/1374.html>

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

MODERN METHODS OF HUMAN CAPITAL MANAGEMENT IN HIGHER EDU- CATION

Алексеева И.А.,
Alekseeva I.A.,
к.э.н., доцент
Санкт-Петербургского государственного университета
аэрокосмического приборостроения (СПбГУАП),
Санкт-Петербург,
e-mail: alekseeva_ia@mail.ru

Ключевые слова:

Человеческий капитал, система, высшее образование, методы управления, научно-педагогические кадры

Keywords:

Human capital, system, higher education, management methods, scientific and pedagogical personnel

Реформирование системы высшего образования в России в соответствии с вызовами и императивами изменившейся социальной реальности направлено на повышение конкурентоспособности отечественного высшего образования на мировом рынке образовательных услуг и повышения конкурентоспособности страны в целом. В этих условиях ключевым фактором успеха является разработка и внедрение современных методов управления человеческим капиталом как важнейшим источником развития и повышения эффективности деятельности научно-педагогических кадров.

В результате проведенного нами анализа категориального аппарата выяснено, что, с одной стороны, человеческий капитал рассматривается как один из факторов производства, основываясь на традиционной методологии; с другой стороны, человеческий капитал рассматривается как итог развития общества от присваивающего до производящего хозяйства, основываясь на марксистской методологии; с третьей стороны, человеческий капитал рассматривается как статическая величина, описываемая понятиями «доход» и «инвестиции», опираясь на неоклассическое определение. Таким образом, обобщая подходы к человеческому капиталу и рассматривая его с точки зрения институционального подхода, как элемент более общей системы, определим человеческий капитал вуза как совокупность накопленных знаний, умений, навыков и мотиваций, выражающихся в системе профессиональной компетентности, образования и интеллекта, культуры, здоровья сознательно используемой человеком в своей деятельности, призванной обеспечивать высокое качество подготовки выпускаемых специалистов. Как показало наше исследование, человеческий капитал системы высшего обра-

зования характеризуется рядом специфических особенностей, обусловленных с одной стороны свойствами самого человеческого капитала, а с другой - их отраслевой принадлежностью. Разделение человеческого капитала, проведенное Г. Беккером¹, на две составляющие – специфическую, т.е. полезную только для работы на данном предприятии и общую, т.е. полезную для работы на других предприятиях может быть использовано при анализе системы высшего образования. Тогда, с этой точки зрения, общим можно считать человеческий капитал, функционирующий во внешних системах по отношению к рассматриваемой, а специфический – только внутри анализируемой системы. Специфическими особенностями человеческого капитала вуза является то, что накапливается и воспроизводится он в одной и той же системе – системе образования, что определяет некоторую замкнутость циклов воспроизводства и актуализирует проблемы подготовки высококвалифицированных кадров.

Большая доля интеллектуального труда определяет дисбаланс и асимметрию в развитии человеческого капитала в данную компоненту, что обуславливает проблемы его всестороннего гармоничного развития. Общее сокращение человеческого капитала системы высшего образования в результате государственного регулирования данной сферы, как показывают расчеты, ежегодно численность профессорско-преподавательского состава (ППС) вузов сокращается примерно на 20 тыс. человек, увеличивает нагрузку на работающий кадровый состав². Происходит изменение качественных характеристик человеческого капитала системы высшего образования. Так, недостаточные масштабы вовлечения и закрепления талантливой молодежи, и низкая внутриорганизационная мобильность научно-педагогических кадров является причиной сохранения возрастного дисбаланса в структуре научных и научно-педагогических кадров с преобладанием возрастной группы 59-69 лет³. Сегодня требуется модернизация системы подготовки в аспирантуре и докторантуре в соответствии с современными требованиями в направлении международной конкурентоспособности. Так, например, о неэффективности традиционной подготовки свидетельствуют данные: практически на 100 тыс. человек обучающихся в очной аспирантуре приходится 6,6 тыс. человек защи-

¹ Becker G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education –Third Edition- Chicago and London: The University of Chicago Press, 1992. P. 12.

² Рассчитано по: Российский статистический ежегодник. 2018: Стат. сб./Росстат. М., 2018.

³ Федеральная целевая программа «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2014-2020 годы //Электронный ресурс// Минобрнауки. рф/документы/2967/файл/1663 (дата обращения 05.09.2019). С. 12.

тивших диссертацию¹. Конечно, низкая ликвидность человеческого капитала вузов определяет, как следствие, высокую степень риска инвестиций в него. Это, в свою очередь, формирует ограниченный круг инвесторов, в качестве которого зачастую выступает только государство. Инвестиции в человеческий капитал подконтрольны государству посредством государственной аккредитации вузов и в определенной степени обеспечиваются государственным финансированием и контролем.

Все перечисленные особенности человеческого капитала системы высшего образования влияют на выработку концептуальных и методических подходов к его управлению. Очевидно, что копирование даже самых прогрессивных форм и методов, разработанных в иных условиях, использоваться не могут. Эти подходы, очевидно, нуждаются в адаптации и дополнении. Выработка эффективных методов управления человеческим капиталом должна базироваться на коэволюционном подходе. Считаем, что человеческий капитал системы высшего образования следует рассматривать и развивать как на уровне отдельного человека, т.е. индивидуальный человеческий капитал, так и на уровне университетов. Ключевым фактором в повышении эффективности управления человеческим капиталом университетов в условиях их преобразования являются инвестиции в его развитие и качество, поскольку именно за счет инвестирования накапливается и увеличивается капитал, который, в свою очередь, приносит длительный социально-экономический эффект.

¹ Абанкина И.В., Абанкина Т.В., Николаенко Е.А., Филатова Л.М. Тенденции развития научно-педагогических кадров в России // Экономика образования. 2018. №1. с. 55.

ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ, КРИТЕРИИ И СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ

KEY SOURCES, CRITERIA AND METHODS FOR PRODUCING MARKET INFORMATION

Алексина И.С.,
Aleksina I.S.,
к.э.н., доцент Новгородского государственного
университета имени Ярослава Мудрого,
Великий Новгород,
e-mail: ktur@mail.ru,
Афанасьева Е.С.,
Afanasyeva E.S.,
ст. преподаватель Новгородского государственного
университета имени Ярослава Мудрого,
Великий Новгород,
e-mail: fupr@mail.ru

Ключевые слова:

Актуальность, вторичные источники, внешние источники, внутренние источники, кабинетные исследования, рыночная информация

Keywords:

Relevance, secondary sources, external sources, internal sources, desk research, market information

В нестабильных экономических и политических условиях актуальность темы исследования возрастает, т.к. многие финансовые потери в предпринимательской среде происходят из-за недостаточности информации и ситуация на рынке быстро меняется. Рыночная информация, полученная в ходе комплексного исследования рынка, используется для принятия коммерческих решений. Любое решение, даже самое простое, не может быть реализовано, если оно не обеспечено необходимой прогнозной или ситуационной информацией. Качество и достоверность исходной информации, полученной как на основе разового изучения конъюнктуры рынка и тенденций его развития, так и в результате мониторинга, во многом определяют результативность проведенных маркетинговых исследований.

Целью исследования является определение основных источников, критериев и способов получения рыночной информации, изучение особенностей сбора маркетинговой информации. Для получения необходимой рыночной информации для решения проблемы компания самостоятельно или с помощью специализированных маркетинговых организаций проводят маркетинговые кабинетные или полевые исследования.

По информационному содержанию и по способу поступления источники рыночной информации делятся на внутренние и внешние.

Внутренние источники рыночной информации – это, прежде всего, статистическая отчетность, бухгалтерская отчетность, учет выполнения договоров.

Для получения информации из внутренних источников используются¹:

- система ведения внутренней отчетности;
- персональные контакты, личные беседы руководства с персоналом;
- методика согласованной работы между различными подразделениями, службами, цехами и т.д.

Внешние источники рыночной информации предоставляют данные о состоянии и динамике рынка. К ним относятся: государственная статистика, материалы периодической печати (газеты, журналы, сборники статей и т.д.) и другие.

Для получения внешней информации организации могут:

- сформировать специальный отдел, занимающийся сбором актуальной рыночной информации;
- покупать внешнюю маркетинговую информацию у специальных агентств – поставщиков актуальных сведений о рыночной среде.

По характеру и содержанию рыночной информации источники ее поступления делятся на первичные и вторичные.

В первичных источниках содержатся сведения, полученные из деловых переговоров со специалистами.

Вторичные источники – это статистические и справочные издания, отчеты и т.д.

Поток рыночной информации, поступающей к управляющим по маркетингу, помогает им проводить анализ, планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия.

При исследовании рынка применяются прямые и косвенные методы. Прямые способы получения информации базируются на следующих источниках:

- контакты с поставщиками и с посредниками;
- посещение ярмарочных и выставочных мероприятий.

Косвенные методы получения информации предполагают использование данных, уже зафиксированных в тех или иных документах или специальных материалах. Также для исследования и анализа рыночной ситуации могут применяться иные разнообразные методы: изучение данных статистической отчетности; анализ данных о спросе на определенные товары и услуги; анализ сбыта. В качестве необходимой информации

¹ Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А.В. Коротков. – М.: Юрайт, 2017. – 224 с.

для исследования рынка рассматриваются его следующие количественные показатели потенциал роста рынка, объем, уровень насыщенности, эластичность, темпы роста, стабильность, доли основных конкурентов.

К качественным показателям рынка относятся структура потребностей потребителей, мотивы и обстоятельства покупки и т.д.

В зависимости от способов получения информации маркетинговые исследования делятся на следующие направления¹:

- кабинетные (исследование за письменным столом);
- полевые исследования – сбор первичных сведений, предназначенных для решения определенных проблем.

Эксперименты применяются в исследованиях двумя способами. «Формальный эксперимент» проводится с небольшой группой потребителей. Второй вид эксперимента – это метод пробных продаж.

В заключение можно отметить, что, на основе вышеизложенного целесообразно выделить следующие критерии получаемой в ходе маркетинговых исследований рыночной информации:

- возможность решения проблемы, реальное отражение состояния маркетинговой среды на каждый момент времени;
- достоверность, заключающаяся в точном воспроизведении объективного состояния и развития рыночной ситуации;
- релевантность – получение информации в точном соответствии с заданными требованиями;
- целенаправленность – ориентация данных на конкретные цели и задачи организации;
- согласованность и информационное единство – разработка четкой слаженной системы показателей;
- полнота отображения – объективный учет всех факторов, формирующих рыночную среду либо оказывающих влияние на ее состояние и развитие.

Важнейшее требование к рыночному исследованию заключается в системном сборе, обработке и анализе информации о конъюнктуре рынка. Результаты полученной рыночной информации позволяют устанавливать взаимосвязи между потребительским поведением и такими факторами маркетинговой среды как ценовая политика, реклам-

¹Канакова, Е.И. Маркетинговый анализ в системе комплексного управленческого анализа торговой сфере / Е.И. Канакова // Экономика и социум. – 2017. – № 12 (43). – С. 1495-1497.

ная компания, стимулирование сбыта и т.д. Специфика получения рыночной информации при проведении маркетингового исследования состоит в том, что, прежде всего, идет обработка вторичной информации, и, в независимости от того, является ли она достаточной для решения проблем, первичная информация не собирается до тех пор, пока не завершится тщательный сбор вторичных данных.

РИСКИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

RISKS OF FUNCTIONING PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE RUSSIAN HEALTH SYSTEM

**Анжельская И.В.,
Anzhelskaya I.V.,
к.соц.н., доцент
Военно-медицинской академии имени С.М. Кирова МО РФ,
Санкт-Петербург,
e-mail: anjelli@mail.ru**

Ключевые слова:

Государственно-частное партнерство, система здравоохранение, медицинские услуги, социальная ответственность

Keywords:

Public-private partnership, public health system, medical services, social responsibility

Стремление к росту показателей эффективности функционирования социально-значимых сфер отечественной экономики неизбежно идет по пути объединения ресурсов и возможностей всех участников рыночного механизма. Тем не менее, возникновение кризисных тенденций и отрицательных факторов, приводящих к минимизации результативности прикладываемых усилий в экономике, исключить невозможно. Взаимодействие частного бизнеса и государства стало одним из удачных и перспективных решений в преодолении экономических рисков и финансовых потерь в сферах государственных гарантий, призванных обеспечивать реализацию прав граждан на получение социально значимых благ, таких как защита и охрана здоровья населения, образование, национальная безопасность и т.д. Поэтому вопрос о рисках государственно-частного партнерства (ГЧП) в сферах предоставления услуг населению является одним из важнейших в отечественной экономике.

В Западной Европе и США эффективность ГЧП можно объяснить устойчивым и успешным результатом работы в рыночных условиях и использованием возможностей государственного механизма, что позволило логично перейти на уровень наиболее эф-

фективного использования преимуществ обеих сторон с предсказуемой минимизацией рисков.

Одним из первых вопросов восприимчивости проектов ГЧП на российской почве стало определение рамок дефиниции ГЧП как таковой. Несмотря на предпринимаемые попытки законодательной поддержки отдельных форм ГЧП¹, в известной степени отправная точка в определении ГЧП в РФ была поставлена в 2015 г. принятием Федерального закона №224-ФЗ от 13.07.2015². Однако ГЧП как вариант одной из гибких форм организации сотрудничества равноправных участников рынка – государства и частного бизнеса – кроме как официального права на существование не получило. По мнению А.А. Спиридонова, успешность зарубежных проектов ГЧП опиралось на единое понимание сущности и инструментов ГЧП его участниками³, и обуславливалось устоявшимися представлениями с юридической, экономической и особенно культурно-исторической точек зрения на систему рыночных отношений.

В российском здравоохранении ГЧП распространяется в основном на крупные капиталоемкие проекты, и, как правило, не связанные непосредственно с клинической деятельностью⁴, тогда как в области здравоохранения обеспечения требуют узкоспециализированные направления медицинской помощи населению в диагностике и лечении. И здесь своевременной можно рассматривать инициативу государства во взятом курсе на цифровую экономику. Так, в структуре программы «Цифровая экономика» четко прописывается, что цифровое здравоохранение должно обеспечить граждан РФ медицинской помощью по месту требования, соответствующей критериям своевременности, персонализации, превентивности, технологичности и безопасности⁵.

Однако привлечение в систему медицинского обслуживания специалистов, ведущих частную практику, должно быть обеспечено едиными стандартами приемов и

¹ Федеральный закон РФ от 21.07.2005 г. № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=browser&unsupported=1&ext=1;#07713481364195376> (Дата обращения: 27.07.2018)

² Федеральный закон от 13.07.2015 № 224-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (Дата обращения: 15.02.2018).

³ Спиридонов А.А. Государственно-частное партнерство: понятие и перспективы совершенствования законодательного регулирования // Актуальные проблемы социально-экономического развития России: сб. статей / под общ. ред. А.А. Зверева. – М., 2009. – № 4.

⁴ Анжельская И.В. Перспективы развития медико-социальных реабилитационных центров в структуре государственно-частного партнерства / И.В. Анжельская, А.А. Амарантов // Цивилизация знаний: российский реали: в 2 ч.: труды Восемнадцатой Международной научной конференции, г. Москва, 21-22 апреля 2017 г. – М.: РосНОУ, 2017. – 1 ч.

⁵ Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2017/05/programmaCE.pdf> (дата обращения 18.10.2017)

методов работы. В свою очередь, система здравоохранения в условиях цифрового измерения предполагает быть прозрачной для потребителя, что, несомненно, открывает перспективы формирования договорных отношений между пациентом и специалистом на новом уровне доверия и меры социальной ответственности с обеих сторон. Выход ГЧП в сфере здравоохранения на уровень социального регулятора позволит перейти к более существенной трансформации российского рынка – актуализации процессов повышения роли морально-этических обязательств в сфере партнерства и сотрудничества, которые пока носят случайный характер.

Одним из главных рисков для эффективного функционирования и развития ГЧП в здравоохранении является возможность формирования коррупционных схем посредством механизма тендерных конкурсов. Сегодня действующим законодательством не предусматривается выявление, с одной стороны, неблагонадежных чиновников, обеспечивающих «заказные» тендеры для государственных учреждений, с другой стороны, недобросовестных исполнителей и партнеров. При этом государство теряет потенциал проектов сотрудничества с частным партнером и результативность реализуемых программ, тогда как потенциальные добросовестные участники частного бизнеса лишаются возможности использовать свои финансовые, производственные и кадровые мощности. Как следствие, снижается эффективность формирования «здорового» рынка товаров и услуг, а потребитель лишается услуг соответствующего качества или возможности их получения вовсе.

Исполнительная система власти на всех уровнях продолжает инициировать процессы формирования фирм-монополистов, что с негласной поддержки государства приводит к навязыванию цен и качества предоставляемых услуг, не отвечающих условиям сформированного рынка.

Поэтому необходимо законодательное закрепление обязательного мониторинга профильной деятельности организаций, участвующих в государственных тендерах. Целесообразно определить преимущественное право в продлении контрактов в условиях тендерных конкурсов с добросовестными партнерами, предоставляющими свои услуги в государственных (бюджетных) организациях, в том числе в рамках ГЧП-проектов. А в роли фирм-монополистов должны выступать исключительно представители государственного предпринимательства.

Также существуют риски использования ГЧП для прикрытой приватизации или отъема финансовых ресурсов у частных компаний, с другой стороны, ГЧП не должно становиться инструментом перекалывания бюджетных средств в руки частных.

Таким образом, для российского социально-экономического пространства краеугольным камнем становится вопрос формирования социальной основы, способной обеспечить соответствующий потребностям социума уровень государственных гарантий и социальной ответственности партнеров.

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ИТ-КОМПАНИИ

MANAGEMENT OF MARKETING ACTIVITIES IN IT COMPANY

Аникина Ж.П.,

Anikina J.P.,

к.э.н., доцент ГУО «Институт бизнеса БГУ»

Минск, Республика Беларусь,

e-mail: 375293237640@mail.ru,

Рыбакова Э.В.,

Rybakova E.V.,

магистр, старший преподаватель ГУО «Институт бизнеса БГУ»

Минск, Республика Беларусь,

e-mail: e.rybakova72@gmail.com

Ключевые слова:

Коммуникации, виды маркетинговых коммуникаций, функции маркетинговых коммуникаций, эффективность маркетинговых коммуникаций

Keywords:

Communications, types of marketing communications, functions of marketing communications, effectiveness of marketing communications

Возрастание конкуренции на мировом рынке, насыщение его товарами, борьба за потребителя и новые рынки сбыта вызывает необходимость организации предприятием эффективной маркетинговой деятельности. В сфере информационных технологий эта проблема стоит наиболее остро по причине высокой конкурентности рынка. Компании по разработке программного обеспечения сложно создать уникальный бренд и образ, который бы отличил ее из многих. Определить, какие необходимо использовать инструменты маркетинга – одна из главных задач при построении маркетинговой стратегии в организации. Соответственно, от грамотного управления маркетинговой деятельностью, правильного выбора способов и средств информации и убеждения потребителя напрямую зависит положение компании на рынке, успех всей ее деятельности.

Основной миссией компании ООО «Сампад» является разработка качественных веб и мобильных приложений, программного обеспечения с целью решения бизнес-проблем клиентов на основе получения прибыли. Компания позиционирует себя как бизнес-партнера, технический центр по разработке ИТ-решений.

Вся маркетинговая деятельность компании осуществляется под фирменным брендом «Itexus». У бренда есть свой уникальный логотип, разработаны фирменные корпоративные цвета.

Главным инструментом маркетинговой деятельности для «Сампад» является сайт компании. Сайт используется в качестве визитной карточки компании, на нем содержится информация о специализации фирмы, используемые технологии, отзывы клиентов, фотографии сотрудников и имеется форма обратной связи. Маркетолог компании регулярно пишет case studies (кейсы) для раздела «Portfolio». Каждый кейс представляет собой описание проекта, над которым работала команда ООО «Сампад». Описывается проблема, стоящая перед клиентом и процесс разработки приложения для ее решения. При написании данных кейсов маркетолог использует релевантные для компании ключевые слова с целью увеличения трафика на сайт по данным поисковым запросам. На данный момент у сайта нет раздела «Блог», в котором также можно было бы размещать релевантные для потенциальных заказчиков посты и тем самым повысить позиции сайта в поисковой выдаче.

Кроме сайта, сотрудниками компании были разработаны специальные посадочные страницы, отдельные для различных бизнес-доменов и технологий, с которыми работает компания. Это посадочные страницы для доменов Fintech, Machine Learning, лендинг для продажи услуг разработки мобильных приложений, Uber-like приложений, услуг по Ruby on Rails разработке.

Что касается маркетингового продвижения вне виртуальной реальности, компания видит большой потенциал в участии в специализированных мероприятиях, посвященных информационным технологиям. В 2018 году команда от ООО «Сампад» посетила знаменитую ИТ-конференцию Websummit 2018 в Лиссабоне, Португалия. Было проведено 34 встречи и после конференции было получено 2 запроса на оценку проекта.

Компания заинтересована в развитии startup-направления и привлечения стартапов в качестве новых клиентов. В данный момент организация ведет подготовку к участию в Startup-мероприятиях в США. Другой интересующей «Сампад» сферой является FinTech (финансовые технологии). Большой интерес для маркетингового продвижения представляет мероприятие Finovate, посвященное инновациям в сфере финансовой сферы, которое проводится дважды в год в городах Европы и Америки. На данный момент «Сампад» рассматривает возможность участия в данной конференции.

В ходе анализа было выявлено, что компания ООО «Сампад» осуществляет свою деятельность в условиях высокой конкуренции. Ее целевым рынком является США, которые в последние годы проводят политику сокращения объема аутсорсинга услуг. Все это создает большие риски для компании, и чтобы успешно продолжать свою деятельность, ООО «Сампад» необходимо расширять список услуг в ответ на потребности рынка, постоянно повышать квалификацию сотрудников, развивать бренд компании с целью отстранения от конкурентов, а также снижать влияние ценовой конкуренции на продажи компании.

Для совершенствования маркетинговой деятельности ООО «Сампад» рекомендуется проводить работы по SEO-оптимизации сайта, развивать блог компании через контент-маркетинг, использовать гостевой блоггинг, краудсорсинговые платформы для улучшения позиций сайта в органическом поиске Google, а также создать репутацию эксперта в области разработки программного обеспечения. Затраты на данную стратегию были оценены в 8275 долларов, а ожидаемый доход в первый год в 10 тыс. долларов. Рентабельность данной стратегии составляет 120,8%. Коэффициент окупаемости маркетинговых кампаний составил 20,84%.

Также рекомендована стратегия по участию в оффлайн-мероприятиях на примере конференции Slush 2019. Использование оффлайн канала маркетинговых коммуникаций позволит менеджерам по продажам наладить личный контакт с потенциальными клиентами с целью долгосрочного сотрудничества, а также завести полезные знакомства. Данное мероприятие включает в себя затраты на назначение встреч с потенциальными клиентами, настройку рекламы в Facebook, подарки и сувениры, затраты на билеты, перелет и проживание во время конференции. Итоговая сумма составила 4252 доллара. Ожидаемая выручка от данного мероприятия – 10 тыс. долларов. Экономическая эффективность предложения подкреплена расчетом и составила 235%. Коэффициент окупаемости маркетинговых кампаний для данного предложения составил 135%.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ ХРАНЕНИЯ ПРОДУКЦИИ АПК

BASIC MANAGEMENT PRINCIPLES OF A MODERN SYSTEM FORMATION OF AGRICULTURAL PRODUCTS STORAGE

Аничкина О.А.,

Anichkina O.A.,

к.э.н., доцент, заведующий кафедрой МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ),

Москва,

e-mail: f-1985@yandex.ru,

Кузьмина А.О.,

Kuzmina A.O.,

аспирант МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ),

Москва,

e-mail: berry.06@list.ru

Ключевые слова:

Агропромышленный комплекс, функции и принципы управления формированием современных систем хранения продукции АПК

Keyword:

Agroindustrial complex, functions and principles of management of formation of modern systems of storage of production of agroindustrial complex

Современные системы хранения – это многофункциональные организации, созданные по принципу оптово-логистической сети в целях обеспечения доступности малым формам хозяйствования к системе распределения, хранения, маркетинга, реализации, подработки и переработки сельхозпродукции. К функциям современных систем хранения следует отнести подработка, переработка, хранение, аккумуляирование упаковка, транспортировка, фасовка и реализация сельхозпродукции¹.

Современная развитая сеть хранения, подработки и переработки сельскохозяйственной продукции в шаговой доступности от производителя предполагает создание многофункциональной организации².

К основным критериям организаций, осуществляющих функции современных систем хранения принято относить следующие:

- осуществление, в обязательном порядке, обслуживающих, сбытовых, и снабженческо-перерабатывающих видов деятельности;
- обязательное обеспечение доступности услуг современной системы хранения малым формам хозяйствования;

¹ Научно-методические рекомендации «Создание и функционирование сельскохозяйственных оптовых распределительных центров на базе сельхозпотребкооперативов Ростовской области – Ростов 2013 г.

² Капустина Н.В., Создание современной системы хранения на региональном уровне как фактор развития АПК. Международная научно-практическая конференция «Проблемы и перспективы развития экономики сельского хозяйства» Княгинино, 07-10 мая 2016 г. – с. 22-26

- деятельность ССХ соответственно законодательству сельскохозяйственных потребительских кооперативов¹.

ССХ в ходе распределения готовой продукции по цепи производитель - потребитель рекомендуется применять гибкую систему, которая будет способствовать обеспечению им преимуществ в сравнении с другими схемами и методами продвижения продукции. Эффективность управления ССХ должна основываться на принципах экономического роста: внедрять современные методы и стили управления, инновационные процессы, обеспечивать работников заработной платой, соблюдать законность².

ССХ характерны определенные основные функции: складская, транспортная, закупочная; перерабатывающая; осуществление транспортно-экспедиционного сервиса.

Вспомогательные функции ССХ заключаются в следующем: услуги общественного питания; бытовое обслуживание; связь и информационное обслуживание; организация досуга и отдыха; техническое обслуживание автомобилей, стоянка и охрана; прием вторичных ресурсов для дальнейшей переработки.

Исходя из функций, присущих ССХ, формулируем основные принципы формирования пунктов локальных центров (ПЛЦ)

1. Концентрация современных систем хранения в близлежащих территориях производства сельскохозяйственной продукции.

2. Присутствие вблизи ПЛЦ масштабного потенциального допустимого рынка реализации продукции, производимой сельскохозяйственными предприятиями.

3. Расположение ПЛЦ в транспортной доступности и на пути пересечения транспортных путей.

4. Расположение вблизи современных систем хранения предприятий перерабатывающей промышленности (законсервированных или действующих мощностей).

5. Наличие в месте расположения современной системы хранения информационной и рыночной инфраструктуры (отделениями ПАО «Сбербанк России», АО «Россельхозбанк» и т.п.).

6. Стоимостная доступность объектов недвижимости и земельных участков (в собственность или в аренду) учитывая степень поддержки со стороны органов местного самоуправления (администраций региональных, муниципальных поселений и районов).

¹ Алесинская Т.В., Основы логистики. – Таганрог. – ТРТУ, 2005. –78 с.

² Аничкина О.А., Капустина Н.В. Особенности становления и развития малых организаций пищевой промышленности [Текст] / Аничкина О.А., Капустина Н.В. // «Экономика и предпринимательство» 2014. № 6(47). с.624 – 628.

Основным путем роста эффективности хранения товарной сельскохозяйственной продукции является система объединения хранилищ продукции с цехами подработки или предреализационной товарной доработки продукции. Формирование единых комплексов, которые будут обеспечивать полную подработку сельхозпродукции для розничной продажи, дает возможность значительно умножить доходы хозяйств при помощи увеличения производительности труда, снижения эксплуатационных издержек на единицу продукции, роста степени готовности и качества овощей, снижения их потерь.

МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИКИ КАЧЕСТВА В ПОВЫШЕНИИ УПРАВЛЯЕМОСТИ БОЛЬШИХ СИСТЕМ¹

METHODOLOGY OF QUALITY ECONOMICS IN INCREASING MANAGEMENT OF BIG SYSTEMS

Гагулина Н.Л.,
Gagulina N.L.,

к.ф.-м.н., доцент, в.н.с. Центра региональных проблем экономики качества Института проблем региональной экономики Российской академии наук (ИПРЭ РАН),

*Санкт-Петербург,
e-mail: Nata_C@bk.ru*

Ключевые слова:

Экономика качества, технологии, цифровая экономика

Keywords:

Economics of quality, technologies, digital economy

Возможности и перспективы экономического роста в большой мере определяются возможностями и ограничениями инновационного развития, обусловленного эволюционными изменениями. Эволюция экономических систем всегда сопровождается трансформацией, это процесс планетарного масштаба, влияющий практически на всю мировую экономику. В этом смысле цифровая трансформация – закономерный процесс, так как является отражением системных эволюционных изменений экономики. Качественные, революционные изменения, сопровождающие цифровую трансформацию, находят проявление не только в отдельных секторах экономики, но и в принципиальном изменении ее структуры, в переносе центров создания добавленной стоимости в сферу выстраивания цифровых ресурсов и сквозных цифровых процессов². В рамках

¹ Статья подготовлена по результатам ФНИ по Программе Президиума РАН «Фундаментальные исследования решения сложной практической задачи цифровой экономики по развитию национальных стандартов, определяющих требования к цифровым активам»

² Доклад о мировом развитии 2016, стр. 51, [World Development Report 2016]

цифровой трансформации открываются новые возможности для применения методологии экономики качества с целью улучшения не только отдельных промышленных технологий, но и целого ряда направлений хозяйственной деятельности в рамках экономики как большой системы¹.

Огромные массивы данных, высокая скорость обмена ими и быстрые изменения в реальной экономике требуют непрерывного повышения точности измерений, вычислений и анализа, обеспеченных современными метрологическими системами. Инновационный характер таких изменений обусловлен, в том числе, изменениями в производственном цикле в связи с его автоматизацией жизненного цикла производства. Это лишь малая доля того вклада, который уже внесен стандартизацией в становление современного технологического уклада. Одновременно с этим происходят институциональные и технологические изменения и в самой области стандартизации.

На федеральном уровне планируется комплексно реформировать законодательство в целях повышения конкурентоспособности российских технологий и российского бизнеса не только путем утверждения национальных стандартов в сфере информационной безопасности, «умных» технологий и «больших данных», но и посредством перехода к электронной сертификации. Переход к электронной сертификации и стандартизации новых технологий будет сопровождаться устранением нормативных ограничений на создание центров электронной сертификации. В самое ближайшее время в рамках совершенствования механизмов стандартизации будут устранены барьеры применения цифровых моделей и виртуальных испытаний, включая моделирование процессов измерения реальных параметров изделий.

На революционный характер изменений указывает появление и скорость развития цифрового сектора и его инфраструктуры, значительно превышающая скорость развития остальных секторов экономики. Составляющие инфраструктуру цифровой экономики организации информационно-коммуникационного сектора, по оценкам Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, вносят 3.4% в валовую добавленную стоимость российского предпринимательского сектора, прирост которой в 2017 году почти вдвое превысил прирост ВВП².

В цифровой экономике усиление роли информации как ресурса создает предпосылки и для появления и применения новых управленческих технологий в качестве

¹ Окрепилов В.В. Моделирование социально-экономических систем с использованием инструментов экономики качества // Экономика и управление. - № 11 (145). – 2017. С. 8-20.

² Цифровая экономика. Сектор ИКТ в России // Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ (https://issek.hse.ru/data/2018/11/14/1141212573/NTL_N_110_14112018.pdf)

ключевого фактора ее конкурентоспособности как системы. Одна из причин состоит в такой модификации вертикального разделения организационно-информационных функций, которое коренным образом изменит управленческую иерархию. Можно предположить, что широкое внедрение информационно-коммуникационных технологий в недалеком будущем вызовет сокращение объема принятия управленческих решений, обеспечивающих рутинную работу всех уровней экономической системы.

Цифровые технологии повышают эффективность выполнения торговых транзакций, улучшают прозрачность и отчетность, устраняют задержки и снижают коррупционные риски. Снижение стоимости транзакций, связанных с перемещением нецифровых товаров и услуг (например, путем региональных таможенных реформ), также может дать значительный экономический эффект, в том числе за счет стимулирования роста цифровой торговли. Сказанное означает серьезные структурные изменения в экономике, появление новых ценностей и категорий. Одной из таких категорий являются цифровые активы – понятие, которое уже прочно входит в обиход, но не имеет четкого законодательного толкования.

В Гражданский кодекс Российской Федерации внесены изменения, которыми определено понятие цифровых прав, наиболее близкое к понятию цифровые активы (поскольку актив и есть совокупность имущественных прав, принадлежащих физическому или юридическому лицу). Это «...обязательственные и иные права, содержание и условия осуществления которых определяются в соответствии с правилами информационной системы, отвечающей установленным законом признакам. Осуществление, распоряжение, в том числе передача, залог, обременение цифрового права другими способами или ограничение распоряжения цифровым правом возможны только в информационной системе без обращения к третьему лицу»¹. Новым объектом гражданских прав цифровые права становятся с 1 октября 2019 года. По понятным причинам, предложенное определение вызывает оживленные споры и потому на начальном этапе может стать источником проблем управления.

Решение проблемы управляемости сложных, цифровизированных, больших систем особенно актуально для финансовой сферы экономики, где проявления виртуализации наиболее ощутимы. Задача обеспечения требуемых условий, в которых цифровые активы сохранят свою ценность, стоит не только перед бизнесом. Когда данные

¹ Федеральный закон от 18.03.2019 N 34-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации (<http://www.pravo.gov.ru>), 18.03.2019.

становятся ключевыми государственными активами, создание, управление, хранение и защита цифровых активов превращается в задачу первостепенной государственной важности. Например, оказание цифровых государственных услуг, введенное в повседневную практику, дает возможность гражданам легко запрашивать и получать государственные услуги. Как показывает опыт оказания цифровых государственных услуг, наиболее приоритетными услугами являются получение документа, удостоверяющего личность, регистрация по месту жительства, подача налоговой декларации, регистрация нового юридического лица и получение консультации по регистрации бизнеса и услугам электронного правительства.

Успешное решение задач, связанных с созданием единых систем идентификации, систем информационной безопасности, единых стандартов и прочих задач повышения управляемости современных больших систем, по мнению автора, требует расширенного применения экономики качества, которая предоставляет единые методы измерения, единые стандарты и подходы в управлении качеством.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

STRATEGIC MANAGEMENT AS AN INSTRUMENT OF ECONOMIC SECURITY OF CREDIT ORGANIZATION

Гонтарь А.А.,

Gontar A.A.,

*к.п.н., доцент Санкт-Петербургского университета
технологий управления и экономики (СПбУТУиЭ),*

Санкт-Петербург,

e-mail: 261984@mail.ru

Ключевые слова:

Стратегический менеджмент, экономическая безопасность, кредитная организация

Keywords:

Strategic management, economic security, credit organization

Комплексное исследование существующих стратегий обеспечения экономической безопасности кредитных организаций свидетельствует о необходимости пересмотра теоретических и методологических подходов к формированию устойчивой системы функционирования социально-экономических субъектов. В современных условиях менеджеры кредитных организаций, ответственные за процессы обеспечения экономической безопасности, сталкиваются с необходимостью комплексного анализа источников возникновения угроз, уровней, индикаторов, показателей, стратегий устойчивого функционирования организации. Обзор существующей отечественной и зарубеж-

ной литературы свидетельствует об отсутствии унифицированной экономической теории, отражающей особенности стратегического менеджмента в целях обеспечения экономической безопасности. Отсутствие четкого понимания стратегии управления рисками банковского сектора обусловило потребность в исследовании современных концепций стратегического менеджмента.

В рамках нашего исследования в качестве действенных рычагов обеспечения экономической безопасности кредитных организаций были выделены следующие этапы стратегического планирования:

1. Анализ внешних угроз.
2. Стратегическое целеполагание.
3. Формирование системы показателей и индикаторов, характеризующих текущий уровень экономической безопасности кредитной организации.
4. Возможность скорректировать и пересмотреть стратегические цели.
5. Разработка рекомендаций для повышения уровня экономической безопасности.

Процесс реализации вышеперечисленных этапов стратегического менеджмента осуществляется до тех пор, пока система экономической безопасности кредитной организации устойчива. Если действия менеджмента неэффективны, возникает необходимость пересмотра выбранной стратегии на каждом из этапов.

Можно привести немало примеров успешного стратегического менеджмента как инструмента обеспечения экономической безопасности кредитных организаций. Однако пока среди ученых нет единого мнения об этапах реализации стратегий управления, что обуславливает исследования в данном направлении.

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

THE ROLE OF INFORMATION SUPPORT IN THE FINANCIAL ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Долматова Г.Е.,

Dolmatova G.E.,

*к.э.н., доцент, Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк, Украина,
e-mail: donnuetfindolm@yandex.ru*

Кваша А.Г.,

Kvasha A.G.,

*магистрант, Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк, Украина,
e-mail: kvasha.anna96@mail.ru*

Ключевые слова:

Информационное обеспечение, информационная база, финансовая деятельность, источники информации, финансовая отчетность

Keywords:

Information support, information base, financial activities, sources of information, financial reporting

Финансовая деятельность является одной из тех видов деятельности, которая осуществляется почти каждым предприятием. Исключением являются те предприятия, у которых возможность привлечь дополнительные денежные средства отсутствует в связи с рядом независящих от него причин.

Для того чтобы все аспекты данной деятельности были выполнены максимально эффективно, необходимо обеспечить постоянный доступ к требуемым информативным показателям. То есть система информационного обеспечения должна постоянно функционировать на должном уровне.

Под информационным обеспечением финансовой деятельности следует понимать комплекс информационных ресурсов и способов их формирования и обработки, которые связаны с осуществлением данного вида деятельности. Также следует отметить, что именно полное информационное обеспечение на предприятии позволит ему избежать риски или снизить их последствия. На первом этапе оценки рисков компания должна получить и обработать информацию. Здесь важное значение имеет качество информации.

Главное место в информационном обеспечении отводится информационной базе, которая представляет собой функциональный комплекс постоянного подбора необходимых информативных показателей, необходимых для организации, анализа, плани-

рования и принятия эффективных решений по всем направлениям финансовой деятельности предприятия.

Чтобы принять решение о необходимости привлечения денежных средств, возможности выполнения обязательств без ущерба для деятельности предприятия, о необходимой сумме привлечения и др., предприятие должно обладать внутренней и внешней информацией, отображенной на рис. 1.

Для оценки финансовой деятельности предприятия важное место отводится внутренним источникам, прежде всего, финансовой отчетности фирмы.

Следует отметить, что также информация играет важную роль в процессе управления. Ее содержание можно классифицировать по различным признакам. Важнейшая функция информации заключается в том, что без нее невозможно принятие управленческих решений. Другая основная функция – осуществление процесса управления невозможно без организации коммуникационных процессов (процессов обмена информацией)¹.



Рис. 1. Внешние и внутренние источники информации²

В рыночных условиях основным средством коммуникации и важным элементом информационного обеспечения финансовой деятельности предприятия является фи-

¹ Безбородова Т.М., Лыба А.И., Хохлов М.О. Информационное обеспечение финансового анализа. Научные журналы. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/informatsionnoe-obespechenie-finansovogo-analiza>

² Рудакова Т.А. Пользователи информации финансовой отчетности. Научные журналы. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/polzovateli-informatsii-finansovoy-otchetnosti>

нансовая отчетность, которая наиболее полно раскрывает информацию о положении данного предприятия для всех заинтересованных лиц.

Констатируем, что информационное обеспечение финансовой деятельности предприятия позволяет проводить аналитические действия (финансовая диагностика комплексная и по направлениям деятельности), обосновывать плановые задания (в том числе финансовую стратегию), осуществлять контрольные мероприятия (по доходам, расходам, прибыли, структуре капитала и т.д.).

Таким образом, можно сделать вывод, что использование комплекса информации их разных источников позволит наиболее эффективно осуществлять финансовую деятельность на предприятии и грамотно распределять и привлекать денежные средства. Но не стоит забывать о том, что любая информация, не важно из каких источников поступающая на предприятие, должна соответствовать определенным критериям, таким как достоверность, уместность, эффективность, понятность и др.

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА: ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ

ROLE OF INTELLECTUAL CAPITAL: PROSPECTS OF FORMATION AND DEVELOPMENT

**Клюев К.В.,
Klyuev K.V.,
к.э.н., доцент Санкт-Петербургского университета
технологий управления и экономики,
Санкт-Петербург,
e-mail: KVKluyus@mail.ru**

Ключевые слова:

Интеллектуальный капитал, человеческий капитал, интеллектуальный потенциал, управленческое решение, инновации

Keywords:

Intellectual capital, human capital, intellectual potential, managerial decision, innovations

В современной экономике важное значение уделяется инновационным процессам, способствующим повышению эффективности интеллектуального капитала на предприятиях с учетом инновационного потенциала образовательных учреждений региона. Именно интеллектуальный капитал обеспечивает наличие различных технологических и организационных преимуществ над конкурентами и является главным признаком успешного предприятия, где с помощью интеллектуальных активов, воплощенных в профессионализме и творческих возможностях работников, достигается лидерство на международном рынке.

Интеллектуальный капитал представляет собой основу интеллектуальной человеческой деятельности, направленной на воспроизводство и активизацию интеллектуальной составляющей трудового ресурса, и как результат - производства интеллектуального продукта. Развитие интеллектуального капитала, его реализация оказывают решающее влияние на конкурентные позиции и интенсивный рост экономики. При этом интеллектуальный капитал необходимо рассматривать через призму человеческого капитала¹.

Интеллектуальный потенциал - это совокупность знаний, практического опыта и индивидуальных умений работников, осуществляющих работы по созданию инноваций на высокотехнологичных предприятиях. В основе управления интеллектуальным капиталом лежит процесс управления знаниями в организации. Одной из первых моделей управления знаниями является упоминание в работах Л. Эдвинссона с М. Мэлоуном для компании «Скандия». Технология, выработанная в рамках модели, предписывает каждому подразделению и каждому работнику предприятия при планировании тех или иных действий, продумывать, во-первых, как они отразятся на важнейших финансовых показателях работы организации в целом (высокотехнологичное оборудование)². Во-вторых, как они скажутся на индивидуальной компетенции сотрудников, их составе и мотивации. В-третьих, как данные действия отразятся на клиентах организации и их лояльности к ней, а также возможности привлечь новых клиентов. В-четвертых, как изменятся основные деловые процессы, их эффективность с точки зрения гибкости принимаемых решений, а также их прозрачности для работников организации.

В дальнейшем происходит овеществление интеллектуального человеческого капитала в продуктовые новшества. При этом, изменение свойств выполняется во всех технологических этапах его формирования и производства: в материалах, готовой продукции, производственном цикле. Именно овеществленный интеллектуальный человеческий капитал формирует прибавочную стоимость продукта. После этого процесса продукция становится товаром, в процессе которого реализуются маркетинговые активы. Реализуемый товар превращается в деньги, часть из которых является результатом завершения превращений интеллектуального человеческого капитала. Мало того,

¹ Багов В. П., Селезнев Е. Н., Ступаков В. С. Управление интеллектуальным капиталом : учебное пособие / В.П. Багов, Е.Н. Селезнев, В.С. Ступаков ; под ред. к.т.н., доц. Е.Н. Селезнева. - Москва: Камерон, 2016. - 242 с.

² Ключев К.В. Влияние кадрового потенциала региона на устойчивое развитие экономики // Экономика и управление. 2018. № 6 (152). С. 9–13.

Макаров П.Ю. Управление интеллектуальным капиталом в регионе: монография. – М.:РИОР, ИНФРА-М, 2015. – 152 с.

управленческий аспект затрагивает вопросы эффективности управления технологиями в организации, поэтому эффективность управленческого решения определяется качеством различных видов информации – экономической, организационной, финансовой и других. Качество информации зависит от ее объема и достоверности, которые, в свою очередь, определяются затратами на получение, обработку и хранение информации.

Эффективность управленческого решения – это достижение успеха организации через ресурсную результативность, полученную по итогам подготовки или реализации оптимального управленческого решения в организации. В качестве ресурсов используются финансы, материалы, здоровье персонала, организация труда и др. Различают организационную, экономическую, психологическую, правовую, этическую, технологическую и социальную эффективность управленческих решений.

При этом важным аспектом любого экономического управленческого решения является процесс управления инновациями. В зависимости от места применения инновации подразделяются на:

- продуктовые новшества, которые представляют собой те или иные продукты, которые потребляются, непосредственно, в сфере производства или же в сфере потребления продукта;
- технологические новшества, представляют новые способы техники или технологии производства старых или новых продуктов;
- управленческие новшества, представляют собой методы активной работы, которые главным образом, используются аппаратом управления и которые является более совершенными в своей сфере¹.

¹ Ключев К. В. Инвестиционные факторы формирования интеллектуального капитала в инновационной экономике // Роль интеллектуального капитала в экономической, социальной и правовой культуре общества XXI века: сборник научных трудов участников Международной научно-практической конференции. СПб.: Изд-во СПбУТУиЭ, 2016. - 866 с.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

PROBLEMS OF LABOR POTENTIAL FORMATION AND REALIZATION OF THE ORGANIZATION IN MODERN CONDITIONS

Маклакова Е.А.,
Maklakova E.A.,

к.э.н., доцент Ленинградского государственного
университета имени А.С. Пушкина,
Санкт-Петербург,
e-mail: celena59@mail.ru

Ключевые слова:

Трудовой потенциал, физиологический потенциал, квалификационный потенциал, психологический потенциал, качество трудовой жизни

Keyword:

Labor potential, physiological potential, qualification potential, psychological potential, quality of working life

Трудовой потенциал как экономическая категория характеризует население как производителя материальных благ на основе совокупности всех качеств, определяющих его трудоспособность¹.

Трудовой потенциал работника является исходной структурообразующей единицей трудовых потенциалов более высоких структурных уровней (предприятия, региона и др.) и включает как реализованные, так и нереализованные возможности человеческих ресурсов с точки зрения общественного производства². При этом трудовой потенциал организации складывается из индивидуальных потенциалов работников, каждый из которых обладает только качественными характеристиками и включает:

- физиологический потенциал должен характеризовать общее состояние здоровья работника, его работо- и трудоспособность, выносливость и т.п.;
- квалификационный потенциал, характеризующий уровень профессиональных знаний (уровень образования), трудовые навыки и умения;
- психологический потенциал, включающий как индивидуально-психологические, так и личностные характеристики работника. К числу этих характеристик относятся состояние психического здоровья и уровень психического развития (включая интеллектуальное развитие и личностный адаптационный потенциал), общности мировоззрения и мотивации³.

¹ Остапенко Ю.М. Экономика труда: учеб. пособие.- М.: ИНФПА-М, 2006.- 268 с.

² Экономика труда/ Под ред. проф. П.Э. Шлендера и проф. Ю.П. Кокина. – М.: Юрист, 2003.- 592 с.

³ Маклаков А.Г., Маклакова Е.А. Понятие «трудовой потенциал» и его основные характеристики //Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина: Научный журнал (серия экономика). – 2009. - №3. С. 58-72

Формирование трудового потенциала организации во многом зависит от принятой политики приема и увольнения работников, а начинается с определения ее потребности в человеческих ресурсах. На следующем этапе процесса формирования осуществляется набор персонала.

В условиях рыночной конкуренции представители бизнеса стремятся по возможности сократить расходы на персонал, поэтому, большинство из них стараются принять на работу подготовленных специалистов, причем с опытом работы. И нередко случается, когда претендент на какую-то должность отвечает объявленным требованиям работодателя, но в процессе деятельности в организации выявляется, что он не в полной мере обладает необходимыми для должности качествами. По-нашему мнению, это обусловлено, прежде всего, тем, что для каждой должности должны быть четко определены профессионально-важные качества и методики их оценки, но в настоящее время:

1) не существует системно разработанных требований к состоянию физического здоровья людей в разрезе должностей, и в отдельных организациях предусмотрено предоставление справок о состоянии здоровья, и то в ограниченном объеме (например, в торговле и общественном питании, в образовании и др.). При этом для оценки работоспособности до сих пор не существует «ни одного показателя, который мог бы отражать работоспособность во всем диапазоне доступных человеку нагрузок»¹, а для оценки выносливости – предлагаются методики в основном только для спортсменов.

2) существует проблема подбора на должность новых работников. Как отмечалось выше, квалификационный потенциал показывает степень годности к выполнению каких-то трудовых обязанностей. Вероятно, для его оценки целесообразен прием на работу с испытательным сроком, в ходе которого можно выяснить компетентность работника. Однако одной из современных проблем экономики являются диспропорции предложения рабочей силы на российском рынке труда и спроса организаций на рабочую силу. Так по данным ВНИИ труда в 2019 году низкий спрос на учителей средней школы и бухгалтеров, нет потребности в среднем юридическом персонале в судебной, нотариальной и адвокатской деятельности, работниках музеев, библиотек и художественных галерей. Но не удовлетворен спрос на продавцов, охранников, квалифицированные кадры в сельском и лесном хозяйстве, рыболовстве и рыболовстве², - это обуславливает для ряда организаций проблему комплектования штата работников данной

¹ Полевщиков М. М., Роженцов В. В., Шабрукова Н. П., Палагин Ю.С. Количественная оценка уровня развития физической выносливости // Вестник ЮУрГУ. - 2010.-№6. С.119-122

² Названы наименее востребованные в России профессии// РИА Новости <https://ria.ru/20190720/1556718023.html>

категории, а соответственно у данных работодателей нет возможности проводить профессиональный отбор на должности с неудовлетворенным спросом на рынке труда.

3) существует проблема оценки психологического потенциала, при том, что известно множество методик для его оценки. Проблема заключается в том, должны применяться объективные методики, а многие из них носят субъективный характер, то есть результаты оценки интерпретируются экспертом, который основывается на своем видении.

Особой проблемой является нехватка талантливых менеджеров. И как признают руководители многих компаний, весьма даже критически важные для бизнеса задачи выполняются средними или слабыми сотрудниками, что значительно снижает эффективность деятельности компаний. Следует отметить, что нехватка успешных менеджеров – проблема мирового уровня.

В современных условиях у многих людей возникает проблема реализации накопленного трудового потенциала. Показателем реализации трудового потенциала отдельно взятого работника является соответствие индивидуального трудового потенциала тем профессионально важным качествам, которые предъявляются профессией. При этом весьма часто реализация трудового потенциала зависит от условий, в которых работает человек. Индикатором условий для реализации трудового потенциала является удовлетворенность трудом. При этом одной из причин неудовлетворенности трудом может быть неправильный выбор профессии, другой – неудовлетворительное качество трудовой жизни. К числу основных показателей, формирующих качество трудовой жизни, являются содержание труда, система оплаты труда, условия для профессионального и карьерного роста, организация рабочего места, социальные гарантии и благо, стиль руководства, климат в коллективе и система взаимоотношений.

ЦЕЛЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ ПРОГРАММЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

TARGET INDICATORS OF THE ORGANIZATION SOCIAL IMPROVEMENT PROGRAM

Негреева В.В.,

Negreeva V.V.,

*к.э.н., доцент Санкт-Петербургского
университета ГПС МЧС России,*

Санкт-Петербург,

e-mail: v.negreeva@mail.ru,

Алексашкина Е.И.,

Aleksashkina E.I.,

*старший преподаватель Санкт-Петербургского
университета ГПС МЧС России,*

Санкт-Петербург,

e-mail: ealexashkina@mail.ru

Ключевые слова:

Целевые индикаторы, социальная ответственность, корпоративная социальная политика

Keywords:

Target indicators, social responsibility, corporate social policy

Эффективность управленческих решений в социальной сфере организации во многом зависит от анализа ситуации и прогнозирования будущих действий, мероприятий по развитию социальной программы. В рамках программы устанавливаются определенные целевые индикаторы.

Структура корпоративной социальной политики (КСП) включает в себя нормы, принципы и правила отношений между различными организационными уровнями компании: сотрудники и руководство, государство и общество, установки и образцы поведения, которые определяют действия руководства при принятии управленческих решений в социальной сфере организации. Обращается внимание на решение вопросов относительно корпоративной культуры, так как ее уровень дает представление об адаптации с внешней средой, формирует определенные поведенческие модели. Внутренняя интеграция отражает свою эффективность и разделяемые большинством сотрудников организации специальные подразделения, отделы, которые выполняют функции разработки и реализации норм корпоративной и социальной политики в компаниях. Материальные ресурсы организации позволяют осуществлять реализацию благотворительных, спонсорских и долгосрочных социальных программ для достижения устойчивого развития.

Долгоруковой И.В. разработана система индикаторов, с помощью которых можно оценить эффективность КСП организации. Автором были выделены две группы показателей: объективные и субъективные, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Система индикаторов эффективности КСП организации¹

Объективные индикаторы	Субъективные индикаторы
1. Участие предприятия в решении социальных проблем (реализация благотворительных и спонсорских программ, участие в реализации государственных социальных проектов, участие в развитии инфраструктуры региона, соблюдение экологических норм, объем отчислений предприятия на благотворительность)	1. Удовлетворенность сотрудников предприятия реализацией корпоративной социальной политики в целом; 2. Оценка работы профсоюзной организации
2. Социальные гарантии работникам (наличие профсоюзной организации, предоставление медицинской страховки, наличие выплат во время декретного отпуска, возможность получения льготных путевок, ипотечное кредитование, обеспечение благоприятных условий труда, обеспечение достойного, удовлетворяющего уровня заработной платы)	3. Удовлетворенность возможностями социального страхования в организации 4. Оценка возможностей получения путевок в санатории и дома отдыха
3. Эффективность кадрового управления (обеспечение возможностей карьерного роста, возможности для переобучения и переквалификации сотрудников, участие руководства в разрешении конфликтов)	5. Оценка сотрудниками возможности повышения квалификации в организации, возможностей карьерного роста
4. Корпоративная культура организации (разработанность общей миссии, наличие системы внутрикорпоративного информирования, наличие коллективного договора, проведение мероприятий по объединению сотрудников в командообразование)	6. Удовлетворенность климатом в коллективе, системой менеджмента организации
5. Социальная репутация компании (предоставление социальной отчетности, эффективное взаимодействие с партнерами, соблюдение стандартов КСП)	7. Оценка социальной деятельности организации в СМИ

В качестве целевых индикаторов развития социальной сферы организации рассмотрим социальную деятельность ОАО «РЖД», которая выполняется в рамках Концепции реформирования комплекса объектов социальной инфраструктуры ОАО «РЖД», утвержденной советом директоров. В результате соответствующих мероприятий по развитию социальной программы предлагаются следующие показатели (таблица 2), которые отражены в годовых отчетах Компании.

¹ Долгорукова И.В. Корпоративная социальная политика современных российских предприятий: модели и практики. Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. д.соц.н. Специальность 22.00.08 – социология управления. Москва, 2011. – 34 с.

Таблица 2 – Целевые индикаторы социальной инфраструктуры ОАО «РЖД»¹

Целевые индикаторы	Итоги выполнения
Комплекс объектов социальной инфраструктуры ОАО «РЖД», в том числе:	По состоянию на 1 января 2018 г. включает всего 332 объекта
В сфере культуры: включая музеи, мемориальные комплексы, памятники	101 объект всего 37 ед.
В сфере физической культуры и спорта:	91 объект спорта, 68 детских оздоровительных лагерей, 33 санатория-профилактория, 39 баз отдыха (турбаз).
В сфере образования: - охват услугами дошкольного образования; - соответствие учреждений дошкольного и общего образования санитарно-эпидемиологическим правилам и нормативам; - обеспечение беспрепятственного доступа детей с ограниченными возможностями здоровья к образовательным организациям; - обеспеченность плоскостными спортивными сооружениями; - обеспечение инклюзивного дошкольного и школьного образования	Выполнены в полном объеме
В сфере коммунально-бытового обслуживания: - жилищно-коммунальное хозяйство, - бытовое обслуживание, - торговля и общественное питание, - пассажирский и грузовой транспорт, - связь по обслуживанию населения	Выполнены в полном объеме

Оценка эффективности реализации Программы должна осуществляться ежегодно по итогам ее исполнения за отчетный год и в целом после завершения ее реализации. Эффективность реализации Программы определяются степенью достижения предусмотренных Программой значений целевых индикаторов. Социальный эффект повышения уровня обеспеченности населения округа услугами в областях образования, культуры, физической культуры и массового спорта выражаются в повышении комфортности проживания на территории округа, как одного из важнейших стратегических приоритетов социально-экономического развития округа. Этот эффект выражается в улучшении демографических показателей округа и росте удовлетворительности населения качеством услуг в соответствующих областях социальной сферы.

¹ <http://www.rzd.ru> – официальный сайт ОАО «РЖД»

**КЛАСТЕРНОЕ РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ
ИНФРАСТРУКТУРЫ ЕАЭС: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ**

**CLUSTER DEVELOPMENT OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS
INFRASTRUCTURE OF THE EAEU: ECONOMIC AND SOCIAL EFFECT**

**Подобед Н.А.,
Padabed N.A.,**

*к.э.н., доцент, соискатель Белорусского государственного
экономического университета (БГЭУ),
Минск, Республика Беларусь,
e-mail: trans80@inbox.ru*

Ключевые слова:

Транспортно-логистическая инфраструктура, кластер, геополитика

Keywords:

Transport and logistics infrastructure, cluster, geopolitics

Формирование единой транспортно-логистической инфраструктуры в Евразийском Экономическом Союзе на принципах цифровизации призвано обеспечить качественную экономическую интеграцию транспортной системы ЕАЭС в мировую транспортную систему в качестве равноправного партнера, а также сократить транзакционные расходы участников данного кластера (стран-участниц) за счет эффекта масштаба и внедрения инноваций. Основными предпосылками инновационных изменений стали появление цифровых рынков капитала, товаров, услуг, рабочей силы; цифровой трансформацией всех управленческих процессов на макро- и микроуровнях; цифровой кросс-отраслевой трансформацией, повлекшей появление новых видов хозяйственной деятельности на базе существующих¹.

В условиях глобализации и интернационализации мировой экономики ведущей стратегией социально-экономического развития Республики Беларусь может стать кластерный подход к управлению развитием транспортно-логистической инфраструктуры. Кластерный подход широко применяется в экономике Германии, США, Японии, Финляндии, Китая, Индии. В Российской Федерации и Республике Казахстан (странах-членах ЕАЭС) активно формируются индустриальные кластеры, как одно из наиболее прогрессивных направлений развития экономики. Практический опыт создания кластеров в Японии, показал эффективность данного подхода для развития системы субконтрактинга.

Для Республики Беларусь транспортно-логистические кластеры могут стать «точками роста» экономики, обеспечив эффективное перераспределение ресурсов в модели

¹ Подобед, Н.А. Транспортно-логистическая инфраструктура Евразийского союза: принципы и факторы эволюционного развития / Н. А. Подобед, Ю. И. Енин // Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Серыя гуманітарных навук / гал. рэд. А.А. Каваленя. – 27/06/2019. – Т.64 N2. – С. 235-241.

«центр-периферия». Теории размещения, а также исследования Портера, Вебера, Маршалла, Скотта свидетельствуют о неизбежности постепенной кластеризации мировой экономики за счет получения ярко выраженного мультипликативного эффекта.

На уровне предприятий практическая реализация подготовленных рекомендаций по эффективному использованию элементов транспортно-логистической инфраструктуры в странах ЕАЭС повысит результативность хозяйственной деятельности, укрепит их конкурентоспособность, снизит налоговое бремя, расширит рынки сбыта, сформирует рациональные цепочки товародвижения, т.е. уменьшит все виды транзакционных расходов. Перспективным направлением является создание современных транспортно-логистических центров; внедрение высокоэффективных транспортно-логистических технологий по терминальной системе, мульти-модальным и интер-модальным перевозкам, создание единой мульти-модальной транспортно-логистической компании, осуществляющей экономическую интеграцию транзитных маршрутов за счет альянсов с национальными операторами ЕАЭС¹.

Эффект от кластеризации транспортно-логистической инфраструктуры ЕАЭС может быть использован национальными и международными органами управления при рационализации управленческих решений в области инфраструктурного развития, оптимизации размещения объектов транспортной, логистической, индустриально-логистической и придорожно-сервисной инфраструктуры в ЕАЭС. На уровне национальных экономик за счет кластерного развития транспортно-логистической инфраструктуры в ЕАЭС страны-участницы смогут получить суммарный экономический эффект, измеряемый дополнительным приростом ВВП. Экономический эффект достигается, прежде всего, за счет увеличения транзитного потока через территорию стран ЕАЭС; расширения рынка взаимного товарообмена продукции промышленности и сельского хозяйства, которая по своим конкурентным возможностям пока еще не может быть реализована на рынке других стран.

Дополнительный социальный и экономический эффект будет проявляться в организации эффективных схем грузоперевозок в рамках основных транзитных транспортных коридоров ЕАЭС, активизации торговли с КНР, сокращению всех видов затрат перевозчиков грузов, появление новых рабочих мест и альтернативной занятости, активному развитию всех элементов инновационной инфраструктуры².

¹ Енин, Ю.И., Пилютик, А.А., Подобед, Н.А. Инновационный менеджмент и маркетинг инноваций/ Минск: Право и экономика (серия «Высшее образование») - 2017, - 115 с.

² Енин, Ю.И., Подобед, Н.А. Инновационный менеджмент / Минск: БНТУ - 2015, - 98 с.

Дальнейшая углубленная экономическая интеграция потребует комплексного развития транспортно-логистической инфраструктуры ЕАЭС с активным использованием потенциала элементов инновационной инфраструктуры и высокотехнологичных производств, что будет способствовать увеличению количества рабочих мест и иметь ярко выраженный социальный эффект.

Полученный суммарный синергетический эффект для Республики Беларусь от внедрения предложений по развитию транспортно-логистической инфраструктуры состоит в получении максимальной выгоды от членства в ЕАЭС, повышении результативности хозяйственной деятельности на основе оптимизации управленческих решений, развития направления государственно-частного партнерства в области инновационных и высокотехнологичных производств.

Страны-участницы ЕАЭС за счет кластеризации транспортно-логистической инфраструктуры смогут получить максимальную выгоду от членства в ЕАЭС, в том числе и за счет кластерного развития транспортно-логистической инфраструктуры с учетом ее постепенной цифровизации (создание единой системы смарт-платформ: цифровая территория, умный город, умные дороги и др.).

Геополитические интересы Республики Беларусь тесно связаны с интеграцией в трансевразийские транспортно-логистические коридоры «Нового шелкового пути» как одной из ключевых транзитных стран. Участие Беларуси в данном глобальном проекте и рост транзита через ее территорию позволит повысить эффективность интеграционных процессов в ЕАЭС.

СОВРЕМЕННОЕ ЛИДЕРСТВО: ОТ ВЛАСТИ И ПОДЧИНЕННОСТИ К КОЛЛАБОРАЦИИ И КОМАНДНОЙ РАБОТЕ

MODERN LEADERSHIP: FROM POWER AND SUBORDINATION TO COLLABORATION AND TEAM WORK

Пригульный А.Г.,
Prigulny A.G.,
к.э.н., доцент Санкт-Петербургского университета
технологий управления и экономики (СПбУТУЭ),
Санкт-Петербург,
e-mail: prigulnyu@mail.ru

Ключевые слова:

Ускорение научно-технологического развития, цифровая трансформация, цифровые платформы, менеджмент, лидерство

Keywords:

Acceleration of scientific and technological development, digital transformation, digital platforms, management, leadership

Ускорение научно-технологического прогресса меняет подходы к лидерству организаций и вызывает трансформацию управленческого мышления. По нашему мнению, для успеха в условиях цифровой экономики организациям необходимо пересматривать традиционный взгляд на лидерство, основанный на иерархии, власти, контроле и подчинении в пользу таких организационных навыков как: коллаборация и командная работа, гибкость, творчество, вовлеченность и вдохновение.

Бурные процессы индустриализации, характерные для экономики XX века, под влиянием глобальных трендов научно-технологического развития, достигли своего исторического максимума. Экономика вступила в эру цифровой революции¹.

Вхождение в новую эру развития стало возможным в результате интеграции вычислительных ресурсов и физических процессов на всех стадиях и переделах производственного процесса, процессов закупок и продаж. Функционирование таких интегрированных систем отличается от традиционных индустриальных отраслей значительной широтой границ и высокой степенью вовлеченности в процессы представителей сферы IT (информационных технологий). В результате возникают волны технологических прорывов в самых различных областях: расшифровка информации, скрытой в генах человека; новые источники энергии; квантовые вычисления². Расширение достижений и

¹ Коваленко Б.Б. Использование результатов информационной революции в бизнесе: экономические результаты и этика поведения на новых рынках // Экономика и предпринимательство - 2016. - № 11-1(76-1). - С. 652-655

² Роботы наступают: Развитие технологий и будущее без работы / Мартин Форд: Альпина нон-фикшн; Москва; 2016. Четвертая промышленная революция: Э; Москва; 2016. Технологии Четвертой промышленной революции: [перевод с английского] / Клаус Шваб, Николас Дэвис: Эксмо; Москва; 2018.

высокие темпы интеграции ИТ с АТ (искусственный интеллект) подтверждает, что использование роботов уже активно заменяет человека во многих сферах жизни¹.

Названные факты подтверждают гипотезу: ускорение технологического развития будет осуществляться на основе транснационального распространения информационно-коммуникационных технологий, искусственного интеллекта и дополненной реальности. Эти явления существенно изменят условия жизнедеятельности человека и повлекут смену существующих ныне научных парадигм менеджмента и лидерства, сложившихся в XX веке.

В связи с этим, возрастает актуальность исследования глобальных трендов технологического развития, факторов, влияющих на изменение стратегий поведения на рынках, трансформации бизнес-моделей, появление новых инструментов менеджмента и стилей лидерства в организациях.

Выполняя исследования, автор использовал методы: активного наблюдения за объектами исследования, дедуктивной логики, системного анализа, теорий научного менеджмента и организационного лидерства. Результаты исследования процессов деятельности бизнес-организаций, менеджмента и лидерства в условиях цифровой трансформации показали, что наиболее высокой динамикой отличаются объекты цифровой инфраструктуры. Широкое распространение получили глобальные цифровые платформы. Количество пользователей крупнейших онлайн-платформ сопоставимо с населением отдельных стран. Например, число пользователей Facebook составляет более 1,5 млрд. человек. Физические лица через цифровые платформы и социальные сети получают доступ к глобальным рынкам обучения, работы, поиска талантов.

Использование цифровых платформ предоставляет организациям новые возможности: позволяют получить глобальный доступ к информации; осуществлять покупки и продажи на быстрорастущих рынках; организовывать виртуальные команды; вести удаленный мониторинг и обслуживание клиентов.

Все чаще наблюдается изменение бизнес-моделей под влиянием цифровых технологий. Данный процесс получил наименование «цифровая трансформация». Это явление наиболее четко проявляется в финансовом и банковском секторах. Все чаще кли-

¹ Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии / Ник Бостром; Манн, Иванов и Фербер; Москва; 2016. Рэй Курцвейл Эволюция разума, или бесконечные возможности человеческого мозга, основанные на распознавании образов. – М.: Издательство «Эксмо», 2018. Четвертая промышленная революция и бизнес: Как конкурировать и развиваться в эпоху сингулярности / Тью Блуммарт, Стефан ван ден Брук при участии Эрика Колтофа; Альпина Паблишер; Москва; 2019.

енты банков и финансовых компаний отказываются от классических отношений с банками в пользу активного использования мобильных приложений PayPal и Apple Pay.

Частные инвестиции в финансовые технологии выросли за последние десять лет в десять раз. То есть, удваивались каждый год. В настоящее время объем инвестиций в данной области составляет более 21 млрд. долл. США¹. Это обстоятельство может негативно отразиться на рынке квалифицированных сотрудников банковской отрасли по всему миру.

Изменения, происходящие на волне цифровой трансформации, вынуждают лидеров индустриальных бизнес-организаций активно реагировать на вызовы времени.

Во-первых, лидерам предстоит пересмотреть ментальность индустриального века и понять, что к будущему следует подходить не как экстраполяции прошлого, а как цепи изменений, происходящих порывами, соответствующими очередному витку технологических инноваций.

Во-вторых, делать это приходится в условиях практически полной неопределенности развития бизнес-процессов и рынков. Резкие «рывки», «повороты» и «развороты» трендов становятся, с одной стороны, нормой экономики, а с другой – источником новых возможностей и перспектив. Данное положение вызывает необходимость отказаться от линейного подхода при прогнозировании деятельности компании. Линейный тип мышления руководителей не приведет компании к успеху. Выход – перейти от прогнозов к экспериментам начиная от start-up до становления полноценной компании.

Ускорение внедрения инноваций, обеспечение гибкости и маневренности вызывает необходимость трансформировать организационные структуры компаний в направлении коллаборации и сотрудничества.

Бюрократические структуры необходимо менять на более гибкие, включающие кросс-функциональные команды, ориентированные не на контроль выполнения распоряжений, спущенных сверху, а на инициативу всех сотрудников, вне зависимости от должности и уровня управления.

Подходы к лидерству, основанные на положении, что сотруднику необходимо четко выполнять инструкции, делать только то, что приказали, не работает в условиях меняющейся среды организации.

¹ Ghose R. et al., «Digital Disruption — Revisited», Citi GPS: Global Perspectives & Solutions, January 2017. [Электронный ресурс].

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ РЕЗИДЕНТАМ
ТЕРРИТОРИЙ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ, СОЗДАВАЕМЫХ В МОНОПРОФИЛЬНЫХ МУНИЦИПАЛЬНЫХ
ОБРАЗОВАНИЯХ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**EFFICIENCY ASSESSMENT OF TAX PRIVILEGES TO RESIDENTS OF TERRI-
TORIES OF ADVANCED SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT GENERATED IN
MONOPROFILE MUNICIPAL FORMATIONS OF YAROSLAVL REGION**

**Пугачев А.А.,
Pugachev A.A.,**
*к.э.н., доцент ЯрГУ им. П.Г. Демидова,
Ярославль,*
e-mail: andrxim@yandex.ru,
**Коптева В.А.,
Kopteva V.A.,**
*магистрант ЯрГУ им. П.Г. Демидова,
Ярославль,*
e-mail: victoria.kopteva@yandex.ru

Ключевые слова:

*Территория опережающего социально-экономического развития, моногород, налого-
вые льготы, эффективность налоговых льгот*

Keywords:

*Territory of advanced social and economic development, single-industry town, tax benefits,
efficiency of tax benefits*

Территории опережающего социально-экономического развития создаются в целях формирования благоприятных условий для привлечения инвестиций, обеспечения ускоренного социально-экономического развития и создания комфортных условий для обеспечения жизнедеятельности населения на территории ДВФО и в моногородах в соответствии с Федеральным законом №473-ФЗ от 29.12.2014¹.

Значение термина «моногород» чаще объясняется как «город-завод», показывая теснейшую связь между существованием населенного пункта и достаточно крупным градообразующим предприятием. Для моногорода характерна численность населения более 3 тыс. чел., из которых не менее 20% работают в одной компании, обеспечивающей более 50% валовой продукции муниципального образования. Для решения проблем моногородов стали формироваться территории опережающего социально-экономического развития для диверсификации отраслевой структуры их хозяйства. На 01.08.2019 в перечень включен 321 моногород, каждый из которых отнесен к одной из трех категорий²:

- с наиболее сложным социально-экономическим положением - 97;

¹ Федеральный закон от 29.12.2014 №473-ФЗ (ред. от 26.07.2019) «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации».

² Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 июля 2014 г. № 1398-р.

- имеются риски ухудшения социально-экономического положения - 149;
- со стабильной социально-экономической ситуацией - 75.

Городские поселения Ярославской области, такие как Тутаев и Ростов относятся ко второй категории, а Гаврилов-Ям – к первой. Получение статуса резидента ТОСЭР предусматривает предоставление ряда налоговых льгот. Сравним налоговый режим на ТОСЭР, расположенных в Ярославской области, с общей системой налогообложения.

Таблица 1 – Сравнение общей системы налогообложения с налоговым режимом ТОСЭР в моногородах Ярославской области¹

Признак	ТОСЭР	Общая система налогообложения
Налог на прибыль организаций	<i>Первые 5 лет:</i> 0% в части зачисления в федеральный бюджет и региональные бюджеты <i>Последующие 5 лет:</i> отчисления в федеральный бюджет производятся в соответствии с общими правилами (2017-2024г. - 3%). В бюджет Ярославской области 10%	20%
Налог на имущество организаций	<i>Первые 5 лет:</i> 0% <i>Следующие 5 лет:</i> 1,1%.	2,2%
Земельный налог	<i>Первые 5 лет:</i> 0% <i>Далее,</i> в зависимости от категории земель, например, в ТОСЭР Гаврилов Ям ставка от 0,3 до 1,5%	1,5%
Итого по страховым взносам	<i>Первые 10 лет:</i> 7,6%	30%

Налоговая нагрузка на резидентов ТОСЭР значительно ниже, чем на налогоплательщиков, находящихся на общей системе налогообложения, что является преимуществом для предприятий. С другой стороны, предоставление таких налоговых льгот предполагает последующую отдачу в виде дополнительных доходов бюджета. Оценка эффективности предоставления налоговых льгот проводится как при рассмотрении вопроса о создании ТОСЭР и предоставлении льгот, так и ежегодно. Бюджетная эффективность налоговых льгот оценивается на основе таких показателей как: объем поступлений налогов в областной бюджет и объем налоговых льгот. Оценка социальной эффективности налоговых льгот осуществляется на основании динамического сопоставления таких показателей как: среднесписочная численность персонала, среднемесячная заработная плата и величина прожиточного минимума. Об эффективности налоговых льгот свидетельствуют положительная динамика показателей бюджетной и социальной

¹ «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 30.07.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2019).

эффективности, а также позитивные характеристики социальной значимости деятельности налогоплательщиков¹.

Таблица 2 – Расчет бюджетной эффективности налоговых льгот, предоставляемых резидентам ТОСЭР в Ярославской области²

№ п/п	Показатели	2018	2019	2020
1.	Объем налоговых поступлений в областной бюджет от реализации проектов, млн. рублей	0,7	8,8	16,7
2.	Объем налоговых льгот по проектам, млн. рублей	0,5	30,5	74,2
	- по налогу на прибыль организаций	0,5	30,4	74,1
	- по налогу на имущество организаций		0,1	0,1
3.	Объем налоговых поступлений в областной бюджет от реализации проектов (без учета налоговых льгот), млн. руб.	1,2	39,4	91,0
4.	Коэффициент бюджетной эффективности налоговых льгот	2,30	1,29	1,23

Коэффициент бюджетной эффективности налоговых льгот в моногородах Ярославской области на период 2018-2020 гг. составляет от 1,23 до 2,3, что свидетельствует об их эффективности для инвестиционных проектов при ее снижении, но многократном росте в абсолютном выражении налоговых доходов от реализации инвестиционных проектов с 1,2 до 91 млн. руб.

Таблица 3 – Социальная эффективность налоговых льгот, предоставляемых резидентам ТОСЭР в Ярославской области³

№ п/п	Показатели	2018	2019	2020
1.	Созданные рабочие места по инвестиционным проектам, чел.	86	276	98
2.	Сохраненные рабочие места по инвестиционным проектам, чел.	-	86	362
3.	Отчисления во внебюджетные фонды за счет дополнительных и сохраненных рабочих мест, тыс. руб.	0,44	10,68	16,96

Социальная эффективность льгот для резидентов ТОСЭР может быть охарактеризована созданием постоянных рабочих мест в рамках инвестиционных проектов, а также суммой отчислений во внебюджетные фонды. Создание рабочих мест способствует решению проблем занятости населения. Объем отчислений во внебюджетные страховые фонды имеет положительную динамику.

Проведение оценки эффективности предоставления налоговых льгот позволяет контролировать эффективность, своевременность, необходимость и результативность от предоставления таких преференций резидентам, в случае необходимости своевременно принять корректирующие меры.

¹ Приказ Департамента экономического развития ЯО от 22.04.2009 N 5-ОД «О методике оценки бюджетной и социальной эффективности налоговых льгот» (Зарегистрировано в государственно-правовом управлении Правительства ЯО 20.05.2009 N 24-864).

² Сайт департамента финансов Ярославской области. Документы. Материалы по налоговым льготам. Режим доступа - <https://www.yarregion.ru/depts/depfin/tmpPages/docs.aspx> (дата обращения 24.09.2019г.).

³ Там же.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ НАЛОГОВЫХ СЕРВИСОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ФНС РОССИИ

DIGITAL TRANSFORMATION OF TAX SERVICES AS A FACTOR TO IMPROVE THE QUALITY OF RUSSIAN FEDERAL TAX SERVICE PROVISION

**Пугачев А.А.,
Pugachev A.A.,
к.э.н., доцент ЯрГУ им. П.Г. Демидова,
Ярославль,
e-mail: andrxim@yandex.ru,
Малахова А.И.,
Malakhova A.I.,
магистрант ЯрГУ им. П.Г. Демидова,
Ярославль,
e-mail: malakhova.ai@yandex.ru**

Ключевые слова:

Повышение качества предоставления услуг, цифровизация, налоговый орган, прозрачность бизнес-среды

Keywords:

Improving the quality of service provision, digitalization, tax authority, transparency of the business environment

Повышение качества предоставления услуг – одна из ключевых задач развития системы государственного управления на современном этапе. Цифровизация помогает решить эту проблему и позволяет использовать широкий круг инструментов для вовлечения граждан в деятельность органов власти.

Налоговая служба – один из ярких примеров использования современных технологий для достижения ключевых показателей деятельности. Налоговые органы Ярославской области, реализуя внедряемые Федеральной налоговой службой подходы, без увеличения налоговой и административной нагрузки на налогоплательщиков, используя технологические решения, делая упор на аналитику и инновации, обеспечили прирост налоговых поступлений во все уровни бюджетной системы.

По итогам года был обеспечен рост налоговых поступлений. За 2017 год доходы в консолидированный бюджет РФ с территории Ярославской области увеличились на 13% по сравнению с соответствующим периодом прошлого года и составили 142 млрд. руб. Объем поступлений в федеральный бюджет вырос на 41%, превысив 57 млрд. руб.¹

В Ярославской области развивается активное взаимодействие налоговой службы и многофункциональных центров. Сейчас действует проект по предоставлению инфор-

¹ Налоговые органы Ярославской области подвели итоги работы за 2017 год // Федеральная налоговая служба России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nalog.ru/tn76/news/activities_fts/7227911/ (Дата обращения: 21.09.2019 г.)

мации о задолженности по налоговым платежам всем гражданам, обратившимся в МФЦ по любым вопросам. За 2 месяца работы по реализации проекта гражданами получена информация о наличии числящейся за ними налоговой задолженности с одновременной выдачей квитанций на ее оплату по 1717 запросам¹.

Один из ключевых факторов «успеха» налоговой службы – внимательное отношение к обратной связи от налогоплательщиков по улучшению существующих каналов взаимодействия с гражданами². Налоговая служба постоянно развивает сервисное взаимодействие с гражданами, старается минимизировать личный контакт с налогоплательщиком, а также сделать его быстрым и удобным.

Обработка данных позволила создать более 50 интерактивных сервисов, которые охватывают все категории налогоплательщиков и сферы их интересов. Наиболее востребованными из них за восемь месяцев этого года стали «Риски бизнеса: проверь себя и контрагента» - более 659,6 млн. обращений, «Сведения об ИНН физического лица» - более 241,2 млн. обращений и «Проверка корректности заполнения счетов-фактур» - более 122,9 млн. обращений³.

Введено в действие несколько проектов ФНС России, которые упрощают взаимодействие налогоплательщиков со Службой. Внедрение онлайн-касс повысило прозрачность бизнес среды, позволило выровнять конкурентные условия, практически отказаться от проверок и ликвидировать кассовую отчетность. Всего 1,45 млн. организаций и индивидуальных предпринимателей зарегистрировали более 3,1 млн. кассовых аппаратов. Это в 2,5 раза превышает дореформенный парк. В сутки пробивается более 200 млн. чеков на сумму более 125 млрд. рублей⁴.

Одной из целей реформы было развитие института гражданского контроля. Для этого Служба разработала мобильное приложение для проверки чеков и создала его открытый API. С помощью приложения ежедневно проверяются 720 тыс. чеков, а более 80 организаций и ИП интегрировали его API в свои программные продукты: «Едадил» от ООО «Ян-

¹ Представитель УФНС России по Ярославской области принял участие в заседании комиссии по повышению качества и доступности предоставления государственных и муниципальных услуг // Федеральная налоговая служба России [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nalog.ru/m76/news/activities_fts/6999344/ (Дата обращения: 21 сентября 2019 г.)

² Вопросы повышения качества обслуживания налогоплательщиков // Федеральная налоговая служба России [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nalog.ru/m92/news/activities_fts/7441915/ (Дата обращения: 21 сентября 2019 г.)

³ Об организации интерактивного взаимодействия ФНС России с гражданами // Федеральная налоговая служба России [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nalog.ru/m76/news/activities_fts/9074025/ (Дата обращения: 21 сентября 2019 г.)

⁴ Вопросы повышения качества обслуживания налогоплательщиков // Федеральная налоговая служба России [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nalog.ru/m92/news/activities_fts/7441915/ (Дата обращения: 21 сентября 2019 г.)

декс», InShopper от ООО «Мэйл.ру» и другие. В них граждане могут анализировать свои расходы, участвовать в акциях и получать скидки по программам лояльности¹.

«Налоговая сфера – почти зеркальное отражение экономики и общества. Поэтому налоговым администрациям нужно стараться быть на шаг впереди всех изменений, чтобы иметь возможность предоставлять современные услуги», - позиция ФНС России на сегодняшний день².

В 2018 году введена система обработки обращений налогоплательщиков. Внедрение системы позволяет усовершенствовать процесс общения с налогоплательщиками и первым шагом к построению системы, в которой они смогут получать услуги и задавать вопросы в режиме 24/7.

Также в 2018 году презентована новая система общественного контроля - веб-портал и мобильное приложение «Диалог с налогоплательщиком». Сервис позволит оперативно направлять жалобы о нарушениях в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления и получать ответы на них онлайн. «Диалог с налогоплательщиком» позволит повысить эффективность общественного контроля и обеспечить прозрачность его инструментов, а также наладить продуктивный диалог между государственными органами и населением.

В настоящее время ведется работа Сообщества по цифровой трансформации (DigitalTransformationCommunityofInterest), которое курирует ФНС России в рамках Бюро Форума по налоговому администрированию ОЭСР (FTA) в Париже³. Его задача – изучить лучшие практики использования новейших цифровых технологий в налоговом администрировании и составить практические руководства для налоговых органов мира. В рамках этой работы ФНС России и Консультативная группа Сообщества, в которую входят Австралия, Великобритания, Дания, Новая Зеландия, Норвегия и Сингапур, ведут мониторинг трендов цифровизации и информируют о них членов Форума. Сообщество сфокусируется на исследовании процесса построения цифровой налоговой экосистемы, способов доступа к данным, биометрических технологий идентификации.

Таким образом, цифровизация экономики, с одной стороны, требует разработки методологического и правового обеспечения налогообложения цифрового бизнеса, а с

¹ Там же.

² Об организации интерактивного взаимодействия ФНС России с гражданами // Федеральная налоговая служба России [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nalog.ru/mn76/news/activities_fts/9074025/ (Дата обращения: 21 сентября 2019 г.)

³ Цифровизацию налоговой системы обсудили на встрече Бюро Форума по налоговому администрированию ОЭСР // Федеральная налоговая служба России [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nalog.ru/mn76/news/activities_fts/9068508/ (Дата обращения: 21 сентября 2019 г.)

другой, использование цифровых технологий открывает широкие перспективы совершенствования инструментов контрольной деятельности налоговых органов, которые в настоящее время начали широко использовать в ФНС РФ.

**ФИНАНСОВАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ
И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА НАЛОГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА ПО НАЛОГУ
НА ПРИБЫЛЬ (НА ПРИМЕРЕ АО «РН-ЯРОСЛАВЛЬ»)**

**FINANCIAL PERFORMANCE OF ORGANIZATIONS AND ITS IMPACT ON A
REGION TAX CAPACITY (EXAMPLE OF JSC «RN-YAROSLAVL»)**

**Пугачев А.А.,
Pugachev A.A.,**

*к.э.н., доцент ЯрГУ им. П.Г. Демидова,
Ярославль,*

e-mail: andrxim@yandex.ru,

**Назаров Э.Э.,
Nazarov E.E.,**

*магистрант ЯрГУ им. П.Г. Демидова,
заместитель начальника автотранспортного цеха АО «РН-Ярославль»,
Ярославль,*

e-mail: eljun-nazarov@mail.ru

Ключевые слова:

Менеджмент, эффективность, рентабельность, ликвидность, платежеспособность

Keywords:

Management, efficiency, profitability, liquidity, solvency

Финансовое состояние организации представляет собой сложную экономическую категорию, отражающую состояние капитала в процессе его кругооборота и способность предприятия к погашению долговых обязательств и саморазвитию на фиксированный момент времени. Отсюда можно определить финансовую эффективность деятельности организации следующим образом: соотношение результатов и затрат организации в форме измеримых индикаторов, описывающих совокупность денежных отношений, опосредующих экономические отношения, связанные с организацией производства и реализацией продукции, выполнением работ, оказанием услуг, формированием финансовых ресурсов, осуществлением инвестиционной деятельности.

Проведем анализ эффективности деятельности организации на примере АО «РН-Ярославль» - сбытового предприятия группы компаний "Роснефть" в Ярославской области. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности АО «РН-Ярославль» рассчитаны на основе данных бухгалтерской отчетности за 2017-2018 гг. Результаты анализа рентабельности представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка рентабельности деятельности АО «РН-Ярославль» в 2017-2018 гг.

Показатель	Значение, %		Обоснование факторов динамики
	2017	2018	
Рентабельность продаж	0,39	1,08	Удешевление себестоимости продукции при той же цене продажи
Рентабельность затрат	0,12	1,54	Снижение себестоимости продукции и рост прибыли
Рентабельность собственного капитала	0,26	3,1	Увеличение чистой прибыли с использованием собственного капитала
Рентабельность активов	0,45	5,3	Увеличение оборачиваемости активов и рост прибыли
Рентабельность оборотного капитала	0,65	7,4	Повышение эффективности использования оборотного капитала

Положительная динамика показателей рентабельности АО «РН-Ярославль» за 2017-2018 гг. свидетельствует о верной политике предприятия в части оценки себестоимости продукции. В следующем периоде предприятию стоит принять меры по улучшению этих показателей.

Рентабельность деятельности организаций оказывает непосредственное влияние на налоговый и финансовый потенциал региона, поскольку эффективность деятельности хозяйствующего субъекта напрямую определяет финансовый результат организаций, который является источником формирования налоговой базы по налогу на прибыль организаций, зачисляемому в настоящее время в бюджеты субъектов Федерации по ставке 17% (из общей ставки 20%). Проиллюстрируем данный тезис на примере АО «РН-Ярославль».

Общая рентабельность деятельности АО «РН-Ярославль», рассчитываемая как соотношение финансового результата до налогообложения к выручке, составила в 2018 г. –1,1%. Отрицательное значение вызвано формированием убытка до налогообложения, соответственно предприятие по итогам 2018 г. не уплачивало налог на прибыль организаций. При этом согласно данным СПАРК Интерфакс, в среднем по отрасли оптовой торговли нефтепродуктами (ОКВЭД 46.71 Торговля оптовая твердым, жидким и газообразным топливом и подобными продуктами) по Ярославской области в 2018 г. общая рентабельность составила 1,02%, а по Российской Федерации 9,96%¹. Таким образом, результаты деятельности АО «РН-Ярославль» оказались хуже среднеотраслевых.

В 2018 г. деятельность АО «РН-Ярославль» не привела к наращиванию налогового потенциала Ярославской области по налогу на прибыль организаций вследствие отсутствия положительного финансового результата и налоговой базы по налогу на

¹ Проверка контрагента [Электронный ресурс] // СПАРК Интерфакс. – Режим доступа: <http://www.spark-interfax.ru/>. Дата обращения: 27.09.2019.

прибыль организаций. При этом в 2016 году, например, организацией было уплачено 9,9 млн. руб. налога на прибыль организаций. В случае если предприятие в 2018 г. имело более высокую эффективность деятельности, то была бы получена прибыль до налогообложения и начислен налог на прибыль к уплате в бюджет.

Если общая рентабельность достигла среднеотраслевого уровня по Ярославской области, то есть 1,02%, прибыль до налогообложения составила 1,68 млн. руб., а налог на прибыль организаций при прочих равных условиях и допущении о совпадении налоговой базы и налогооблагаемой прибыли 0,34 млн. руб., в т.ч. в бюджет Ярославской области 0,29 млн. руб. При достижении рентабельности среднеотраслевого по России уровня – 9,96%, прибыль до налогообложения АО «РН-Ярославль» составила 16,4 млн. руб., а налог на прибыль организаций при прочих равных условиях и допущении о совпадении налоговой базы и налогооблагаемой прибыли – 3,28 млн. руб., в т.ч. в бюджет Ярославской области 2,79 млн. руб. Данные показатели потенциальной величины налога на прибыль организаций при повышении общей рентабельности деятельности не являются критичными с позиций влияния на бюджет Ярославской области, поскольку по отрасли оптовая торговля в бюджет Ярославской области в 2018 г. уплачено 2 млрд. 306 млн. руб.¹ Однако, с учетом доли на региональном рынке АО «РН-Ярославль» 0,35%, увеличение потенциала может быть существенным при его трансляции на организации данного вида деятельности или отрасли в целом при наличии потенциала роста их рентабельности до среднеотраслевого уровня в целом по России, то есть с 1,02 до 9,96%.

¹ Данные по формам статистической налоговой отчетности [Электронный ресурс] // ФНС РФ. Режим доступа: http://www.nalog.ru/rn76/related_activities/statistics_and_analytics/forms/#t2. Дата обращения 27.09.2019.

ЗНАЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

IMPORTANCE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP FOR THE DEVELOPMENT OF REGIONS

Руденок О.Ю.,
Rudenok O.Yu.,

*к.э.н., доцент, Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (ДонНУЭТ),
Донецк, Украина,
e-mail: oksanarudenok@rambler.ru*

Ключевые слова:

Государственно-частное партнерство, регионы, развитие, инфраструктура, инвестиции

Keywords:

Public-private partnership, regions, development, infrastructure, investments

Государственно-частное партнерство (далее ГЧП) в условиях дефицитности ресурсов, в том числе и финансовых, приобретает все большее значение. Сегодня многие государства обратились к практике ГЧП как к возможности удовлетворить необходимые потребности общества, привлекая заинтересованных частных субъектов предпринимательства. Естественно бюджет любого государства не является безграничным, государство вынуждено искать финансовые альтернативы с целью обеспечить социальное и экономическое развитие. При этом в большей мере применение ГЧП полезно для регионов, позволяя решать насущные задачи совершенствования социальной инфраструктуры, развития тех или иных отраслей, удовлетворения нужд отдельных категорий населения и пр.

Отметим, что ГЧП на региональном уровне имеет характерные черты, на которые обращает внимание Ибятков Ф.М.¹ Безусловно, региональное финансирование зависит от государственных приоритетов и задач, что непосредственно влияет на выбор и преимущество проектов ГЧП на региональном уровне. Кроме того региональные власти, соблюдая интересы государства, предпочитают предоставлять преференции в различных сферах государственным предприятиям, тем самым способствуя их непрерывной работе и недопущению дефолта.

Однако все же без внедрения принципов ГЧП на территориях сложно добиться их равномерного развития, что должно достигаться через создание необходимой ин-

¹ Ибятков Ф.М. Особенности реализации проектов государственно-частного партнерства на региональном уровне // WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS: сб. ст. XXXIV Междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2019. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39255023> (дата обращения: 30.09.2019).

фраструктуры, использование инновационных технологий, эффективное управление. Поэтому ГЧП в регионах имеет ряд существенных преимуществ:

- возможность использования частных инвестиций для финансирования объектов регионального значения;
- сокращение расходов местных бюджетов на строительство и обслуживание объектов инфраструктуры;
- преимущественный выбор проектов ГЧП с инновационной составляющей;
- разделение рисков проекта между государством и частными партнерами;
- обеспечение более эффективного управления государственным/региональным объектом путем передачи управленческих функций частному партнеру.

Как справедливо отмечают Забара А.С. и Световцева Т.А., ГЧП в настоящее время является одним из главных инструментов поддержки инвестиционной деятельности и становление партнерских отношений между регионами и частными компаниями становится следствием общей политики либерализации и сокращения государственного участия в экономике¹.

Как правило, основной сферой, в которой заключаются контракты ГЧП в регионах, является социальная инфраструктура. Это поясняется тем, что основная часть бюджетов регионов расходуется именно в этом направлении. Кроме того создание современной, устойчивой и надежной социальной инфраструктуры имеет решающее значение для повышения темпов экономического роста, открытия новых экономических возможностей и инвестиционного развития. Разумеется, достижение таких целей на отдельно взятой территории позволит сократить бедность, увеличить количество рабочих мест, повысить уровень оплаты труда и обеспечить долговременное социально-экономическое развитие.

Однако существует ряд преград для эффективного внедрения принципов ГЧП в регионах. Прежде всего, это:

- ограниченность средств местных бюджетов;
- недостаток квалифицированных кадров, призванных обеспечить организацию работы по проведению тендеров и заключению проектов ГЧП;
- высокие политические риски;
- низкая конкуренция и непрозрачные тендерные процедуры;

¹ Забара А.С., Световцева Т.А. Государственно-частное партнерство как основной инструмент инвестиций в регионы на современном этапе развития экономики // Финансы. Управление. Инновации: матер. Нац. науч.-практ. конф. 2017. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30020208> (дата обращения: 30.09.2019).

- сложность в обеспечении государственных гарантий по долгосрочным проектам и контроле за соблюдением условий проекта частной стороной.

Учитывая вышеуказанные факторы, препятствующие внедрению ГЧП в регионах, считаем целесообразным необходимость создания в каждом регионе государственного органа по внедрению и развитию ГЧП. Это позволило бы сконцентрировать политику реализации ГЧП и обеспечить его большую эффективность.

Значение и роль ГЧП для регионального развития очевидны. Это, прежде всего, возможность привлечения как внутренних, так и внешних инвестиционных ресурсов, что позволит добиться устойчивого социально-экономического развития как отдельных регионов, так и государства в целом.

ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

BASES OF SERVICE ENTERPRISES INTANGIBLE ASSETS MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF ECONOMY DIGITALIZATION

**Рустамова И.Т.,
Rustamova I.T.,
к.пед.н., доцент, Российский новый университет,
Москва,
irada@inbox.ru**

Ключевые слова:

Нематериальные активы, деловая репутация, управление, сфера услуг, факторы, принципы, цифровизация экономики

Keywords:

Intangible assets, business reputation (goodwill), management, service industries, factors, principles

В современных экономических условиях сфера услуг затрагивает все виды деятельности и позиционируется учеными как сектор экономики со сложной структурой (сектор потребительских услуг; сектор инфраструктурных услуг; сектор интеллектуальных услуг) и подвижными границами. В настоящее время услуги оказывают как традиционно сервисные, так и промышленные предприятия, в рамках деятельности по оказанию гарантийного и постгарантийного обслуживания производимого продукта, доставки, информационной поддержки.

В России в мае 2017 г. была утверждена Стратегии развития информационного общества¹, в июле 2017 г. – Программа «Цифровая экономика Российской Федера-

¹ Указ Президента РФ N 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» от 09.05.2017 г.

ции»¹, которые оказали активное влияние на развитие сферы услуг посредством совершенствования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Развитие и продолжающаяся либерализация мировой торговли повсеместно внедряется в реальный сектор него «информационно его насыщая». Обмен информацией в реальном времени обуславливает трансформацию классической «производственной фирмы» в чисто рыночную компанию.

Значимость рыночной власти поставщиков и покупателей также претерпела значительные изменения. Ведущим фактором отношений компаний-покупателей и поставщиков становится доверие и опыт сотрудничества между субъектами. Для конкурентоспособного предприятия такой экономической фактор, как цена, назначаемая поставщиком, не всегда является определяющим при выборе партнера для компаний, стремящихся к достижению высокой конкурентоспособности, решающими факторами становятся соблюдение стандартов качества продукции и соответствие сроков поставки.

Основные причины нарастающего внимания к нематериальным ресурсам² как фактору обеспечения устойчивости функционирования и развития предприятий сферы услуг коренятся в поступательном развитии общества и активных процессах глобализации, происходящих во всех его сферах; а также – в определяющей роли информации в обществе. «Цифровая экономика» направлена на «виртуализацию стоимости», все более и более оперируя образами, которые обладают собственной и самодовлеющей стоимостью. Это побуждает компании, ориентированные на стратегии будущего, выбирать в качестве ориентира не прибыль, а акционерную стоимость их предприятий, важнейшим источником создания которой в цифровой экономике» стали нематериальные активы.

Репутация предприятия как передаваемая на социальном уровне коллективная динамическая интегральная оценка компании, эффективности управления ей приводит к выводу, что именно репутационный аудит станет главным инструментом верификации в новой экономике.

Количество конкурентных предприятий увеличивается с каждым годом. Опыт успешных предприятий свидетельствует, что они предлагают потребителям не просто услуги, а в большей степени образы, олицетворяющие набор обязательств фирмы такие

¹ Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 №1632-р «Об утверждении программы "Цифровая экономика Российской Федерации»

² Бенедиктова В.И. Гудвилл: Цена престижа фирмы / В.И. Бенедиктова. – Харьков: Фирма «Консум», 1998. – 175 с.

как: престиж, надежность, стабильность – все то, что взаимодействует с деловой репутацией фирм сферы услуг. Для поддержания своей конкурентоспособности и высоких показателей прибыльности предприятиям сферы услуг необходимо осуществлять мероприятия для поддержания и повышения деловой репутации и улучшение характеристик продукции.

Характер конкуренции в самой отрасли, также претерпел ряд изменений. Это обусловлено разворачиванием информационных систем сотрудничества и обмена информацией между участниками рынка и требует формирования таких элементов деловой репутации как этическая культура в отношениях с внутренними партнерами и эффективность менеджмента, в т.ч. предполагающее инновационное ведение бизнеса.

Таким образом, успешное управление стоимостью предприятий сферы услуг предполагает принятие таких управленческих решений, которые нацелены не столько на увеличение текущих или получение планируемых в ближайшем будущем прибылей фирмы, сколько на создание основы для получения более существенных прибылей в долгосрочной перспективе.



Рисунок 1. Комплекс принципов управления нематериальными активами предприятия сферы услуг (НМА ПСУ) (составлено автором).

Целью управления в этом случае является максимизация доходов посредством разработки и реализации стратегий по созданию и управлению нематериальными активами.

На наш взгляд, принципы управления нематериальными активами предприятия сферы услуг, целесообразно подразделять на (рисунок 1): основополагающие принципы, стратегические принципы и принципы бизнес-окружения.

Основополагающие принципы носят системный характер и должны приниматься при подготовке и принятии всех без исключения управленческих решений. К этой группе относятся следующие принципы:

1) системности и многовариантности разрабатываемых решений, обязывающий соблюдение требований системного подхода в управлении предприятием, в том числе целенаправленности управленческих воздействий, наличия контура обратной связи; 2) научной обоснованности, требующий при подготовке и принятии решений использования современных научно обоснованных методов, моделей и подходов к управлению; 3) синергии, в соответствии с которым каждое принимаемое решение должно рассматриваться в комплексе с другими решениями и управляющими воздействиями для учета возможного синергического эффекта и его последствий; 4) целенаправленности, заключается в том, что характеристика любых изменений системы должна оцениваться с позиций приоритетности конечной цели управления как фактора устойчивого развития; 5) комплексности или охвате всех ресурсов, затрат и результатов для создания конкурентных преимуществ предприятия и обеспечения его устойчивого развития предприятия.

Вторая группа – принципы бизнес-окружения – способствуют переводу предприятия в новое, более жизнеспособное и конкурентоспособное состояние.

Третья группа состоит из стратегических принципов, непосредственно регулирующих поведение в динамике и позволяющих повысить эффективность и качество управления нематериальными активами.

Принцип ретроспективности обуславливает зависимость принятия управленческих решений от прошлого и учет базовых стратегий предприятия. В соответствии с принципом адекватности реагирования избираемый и планируемый к применению акт реагирования должен соответствовать специфике и характеру нематериальных активов.

Принцип мониторинга ориентирован на создание информационной основы управления развитием нематериальных активов предприятия. В процессе проведения мониторинга появляется возможность на основе обобщения информации выработать адекватное представление о состоянии, векторах и динамике развития объекта, его детерминантах и на этой основе разработать управленческие решения, реализация которых позволит ограничить или полностью предотвратить отрицательное воздействие, а также усилить действие благоприятных факторов и условий.

Принцип альтернативности по своей сущности заключается в неизбежном отказе экономического субъекта от других вариантов использования имеющихся материальных и нематериальных ресурсов, выбирая тот или иной вариант действий.

При рациональном управлении минимизируются затраты и максимизируются выгоды от управления нематериальными активами. Экономический субъект должен выбирать управленческие решения, являющиеся оптимальными при заданных условиях и принимать решения таким образом, чтобы выбранный вариант (выбранное соотношение затрат и достигнутого результата), позволял осуществлять рациональное достижение поставленных целей устойчивого развития предприятия.

Системное использование данных принципов позволит создать объективную фундаментальную основу для формирования и развития современного организационно-экономического механизма управления нематериальными активами предприятия сферы услуг, адекватного тенденциям и требованиям внешне и внутренней среды, и стадии развития предприятия.

ЭНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ КАК РЕСУРСНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

ENERGY MANAGEMENT AS A RESOURCE DIRECTION OF COMPETITIVE- NESS MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEM

**Рязанов А.А.,
Ryazanov A.A.,**

*к.э.н., доцент, Московский университет имени С.Ю. Витте,
Москва,*

e-mail: alekryazanov@yandex.ru

Ключевые слова:

Энергетическая эффективность, энергетический менеджмент, система управления потреблением энергоресурсов, управление конкурентоспособностью социально-экономической системы

Keywords:

Energy efficiency, energy management, energy consumption management system, management of competitiveness of the socio-economic system

Повышение энергоэффективности является одной из приоритетных задач развития как российской экономики в целом¹, так и отдельных хозяйствующих субъектов.

¹ Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. №1662-р). [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru>. (дата обращения 25.09.2019); Энергетическая стратегия России на период до 2030 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 13 ноября 2009 г. №1715-р). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 25.09.2019).

Ведущим мотивом данного процесса для собственников и менеджмента предприятий является стремление к сокращению издержек производства и, следовательно, себестоимости выпускаемой продукции и повышению ее конкурентоспособности за счет получения ценового конкурентного преимущества.

Следует отметить, что в российском законодательстве энергоэффективность трактуется лишь как показатель экономической эффективности использования энергии в технологическом процессе или деятельности хозяйствующего субъекта¹, что, по мнению автора, отражает лишь отдельные аспекты сущности данной сложной и многогранной категории. Поэтому автору представляется, что данное определение должно быть дополнено за счет расширения объекта исследования социально-экономическими системами более высокого порядка, чем хозяйствующий субъект – региональными и отраслевыми хозяйственными комплексами и национальной экономикой в целом, а также упоминанием социальной составляющей получаемого полезного эффекта, выражающей целевые установки общества, связанные с повышением уровня и качества жизни населения, снижением ущерба, наносимого хозяйственной деятельностью окружающей среде. В этой связи автором предлагается следующее определение: энергетическая эффективность – это совокупность характеристик, отражающих отношение полезного социально-экономического эффекта от использования энергетических ресурсов к их затратам, произведенным в целях получения такого эффекта, применительно к продукции, технологическому процессу, хозяйствующему субъекту, региональному или отраслевому хозяйственному комплексу, национальной экономике в целом.

Важным направлением решения задачи повышения энергетической эффективности социально-экономических систем различного уровня автору представляется формирование ее новой концепции, в рамках которой повышение энергоэффективности должно рассматриваться не как чисто техническая задача, но значительно шире, как одна из целевых функций энергетического менеджмента – деятельности управляющих подсистем социально-экономических систем по эффективному управлению энергией как экономическим ресурсом.

Энергоменеджмент на предприятии, как циклический процесс, должен включать следующие основные этапы: назначение должностного лица, ответственного за данное направление работы (энергоменеджера), формирование, регламентация деятельности

¹ Федеральный закон от 23 ноября 2009 года №261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (в ред. от 3 августа 2018 г.). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 25.09.2019).

службы энергоменеджмента (рабочей группы по энергосбережению, формируемой из специалистов энергетической, технологической, финансовой, кадровой и других служб предприятия); мониторинг энергопотребления (энергоаудит), выявление проблем и неиспользованных резервов в данной области, составление карты потребления энергии (энергетического баланса); разработку энергетического бюджета, нормативов рационального расхода электрической энергии, топлива, отопления, охлаждения, теплопередачи, использования вторичных энергоресурсов и т.д.; разработку и согласование энергетической политики предприятия; постановка целей в области повышения энергоэффективности; разработку, реализацию, контроль и оценку результатов выполнения комплексной программы энергосбережения, включающей внедрение энергосберегающих технологий и оборудования, обучение информирование и повышение мотивации персонала, развитие культуры рационального энергопотребления, контроль результатов энергопотребления и поощрение достижений; внесение, по итогам оценки результатов реализации программы энергосбережения, необходимых корректив.

Институциональной основой энергетического менеджмента должна стать многоуровневая интерактивная система управления потреблением энергоресурсов, представляющая собой упорядоченную совокупность органов управления различных уровней, а также средств и методов (не только технических и технологических, но и инвестиционных, организационных, мотивационных, маркетинговых, информационных и др.) минимизации или рационализации энергозатрат при соответствующих параметрах объема и качества производимой продукции, а также снижения вредного воздействия на окружающую среду. На федеральном уровне основным элементом данной системы должен стать Департамент государственной энергетической политики и энергоэффективности Министерства энергетики России, на отраслевом и региональном – соответствующие отраслевые и региональные органы управления, на предприятии – Главный энергетик или энергоменеджер.

С другой стороны, систему управления потреблением энергоресурсов следует рассматривать как подсистему системы управления конкурентоспособностью хозяйственного комплекса соответствующего уровня. Управление конкурентоспособностью социально-экономической системы представляет собой сложный многоуровневый и многоконтурный процесс воздействия ее управляющей подсистемы на конкурентные отношения на рынках сбыта продукции в целях формирования, поддержания и развития конкурентных преимуществ, а также выявления и устранения конкурентных слабостей. Одним из ресурсных направлений управления конкурентоспособностью и являет-

ся энергоменеджмент, позволяющий сократить затраты на энергоносители и тем самым создать предпосылки для формирования ценового конкурентного преимущества реализуемой на рынке продукции.

Таким образом, реализация предложенной автором концепции энергоэффективности, внедрение энергоменеджмента, формирование систем управления потреблением энергоресурсов различного уровня будет способствовать повышению конкурентоспособности как хозяйствующих субъектов, так и региональных и отраслевых хозяйственных комплексов и российской экономики в целом.

ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

FEATURES OF REGIONAL PRICING

**Степанова Т.В.,
Stepanova T.V.,
к.э.н., доцент, Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России,
Санкт-Петербург,
e-mail: septamv@mail.ru**

Ключевые слова:

Цена, ценообразование, стратегии ценообразования, затратный метод ценообразования

Keywords:

Price, pricing, pricing strategies, cost method of pricing

Регионы Российской Федерации, расположенные в тысячи километров друг от друга имеют свои отличительные признаки и особенности. Различные климатические и природные условия определяют специфику экономической деятельности и системы ценообразования, в частности.

Важными понятиями рыночной экономики являются цена и ценообразование. Цена - это меновая ценность, выраженная в деньгах. Ценообразование – это процесс формирования цен на товары и услуги. Специфика регионального ценообразования предусматривает решение задач, связанных с географическим расположением субъектов Российской Федерации. Такими задачами являются определение уровня цены для потребителей различных регионов страны, установление единых цен для всех потребителей независимо от их территориальной удаленности.

Рассмотрим особенности регионального ценообразования на основе анализа цен на некоторые продукты питания в городах Москва и Магадан. Географический принцип ценообразования обуславливает различие цен на одинаковые продукты в разных частях страны. Затратный метод ценообразования определяет влияние транспортных

расходов на цену товаров. К факторам, влияющим на величину транспортных расходов, относятся удаленность от центральных районов страны, производителей продукции, наличие воздушных, морских, речных портов, железнодорожного сообщения, автомобильных магистралей. В рассматриваемой нами области имеется международный аэропорт Магадан (аэропорт Сокол), Магаданский морской торговый порт. Отсутствие железнодорожного сообщения оказывает особое влияние на возможность доставки товаров, а, следовательно, на их ценовой параметр.

На территории Магаданской области в горах северной и северо-западной частей мерзлота достигает наибольшей мощности, в южных прибрежных районах мощность ее значительно меньше, но растениеводство практически не развито, на небольших посевных площадях выращивается картофель, капуста, морковь, травы на корм скоту. Названная причина вызывает необходимость доставки овощей и фруктов преимущественно воздушным и морским путем. Стоимость доставки автотранспортом увеличивается в связи с ростом грузовых тарифов перевозчика на рейсе Москва – Магадан.

Таблица 1. Цены на продукты в г. Москва и г. Магадан по данным Росстата на октябрь 2019 г. ¹

Наименование продукта	Средние Потребительские цены, рубль, г. Москва	Средние Потребительские цены, рубль, г. Магадан	Относительная Сравнительная характеристика, %
Вода минеральная и питьевая, л.	89,29	82,95	92,9
Хлеб из ржаной муки и из смеси муки ржаной и пшеничной, кг	60,63	111,77	184,4
Говядина (кроме бескостного мяса), кг.	418,43	471,38	112,6
Масло сливочное, кг	836,62	580,43	69,4
Творог жирный, кг	420,55	518,08	123,2
Рыба охлажденная и мороженая лососевых пород, кг	915,19	309,68	33,8
Яйца куриные, 10 шт.	72,55	102,96	141,9
Сахар-песок, кг	40,31	47,59	118,1
Картофель, кг	22,26	65,76	295,4
Помидоры свежие, кг	98,83	355,84	360,0
Виноград, кг	169,31	274,09	161,9
Лук репчатый, кг	28,23	62,99	223,1
Морковь, кг	34,27	70,09	204,5

Региональные особенности структуры народнохозяйственного комплекса влияют не только на повышение, но и на формирование более низкой цены на продукцию производства предприятий области. Цены на рыбную продукцию в Магадане ниже, чем

¹ Федеральная служба государственной статистики <https://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi>

в Москве, поскольку второй по значимости отраслью (после золотодобывающей отрасли) в области является рыбное хозяйство.

Представляется целесообразным дополнение затратного метода ценообразования мерами социального характера. Корректировка цен по географическому принципу возможна посредством применения различных стратегий. Стратегия единой цены рекомендует установление одинаковой цены для всех потребителей, независимо от их местоположения. Согласно стратегии цены базисного пункта, независимо от фактического места отправки товара, начисляются дополнительные фрахтовые издержки к отпускной цене с учетом расстояния от места фрахового базиса до местоположения каждого покупателя. По стратегии отпускной цены предприятия покупатель оплачивает товар, включая издержки по фрахту товара от места производства до места потребления. Рекомендуется в специфическом и сложном процессе регионального ценообразования учитывать экономические и социальные факторы на основе постоянного мониторинга затрат, инфляции, платежеспособности населения.

УПРАВЛЕНИЕ СТРУКТУРНЫМ ПОСТРОЕНИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

MANAGEMENT OF STRUCTURAL CONSTRUCTION OF PRODUCTION CAPACITY OF THE ENTERPRISE

**Тертышник М.И.,
Tertyshnik M.I.,
к.э.н., доцент Байкальского государственного университета (БГУ),
Иркутск,
e-mail: mtertyshnik@yandex.ru**

Ключевые слова:

Производственная мощность, определение производственных мощностей, структура производственных мощностей, факторы производства, управление производственными мощностями

Keywords:

Production capacity, definition of production capacity, structure of production capacity, factors of production, management of production capacity

Производственные мощности определяют возможности предприятий по выпуску продукции¹. Решение вопросов, связанных с определением факторов производства и их элементов, влияющих на производственную мощность, находится в прямой зависимости от изучения структуры этого понятия. В экономической теории выделяют четыре

¹ Тертышник М.И. Определение и оценка производственных мощностей предприятий // Известия Иркутской государственной экономической академии. Электронный научный журнал. 2011. № 6. С. 47.

основных фактора производства: земля, капитал, труд, предпринимательские способности.

Капитал является одним из важнейших факторов и подразделяется на основной и оборотный. В состав основного капитала входят: основные средства (т.е. основные фонды в стоимостном выражении), незавершенное строительство и долгосрочные инвестиции.

Основные фонды играют важную роль в деятельности предприятий. Информация об их наличии, составе, техническом состоянии и уровне использования определяет возможности предприятия в сфере производства, его производственную мощность и другие характеристики. Но роль отдельных элементов основных фондов в производственном процессе различна. Непосредственное влияние на выпуск продукции оказывает только их активная часть и, прежде всего, рабочие машины и оборудование. Его производительность, степень износа, сопряженность по отдельным стадиям производственного процесса определяют величину производственной мощности предприятия¹.

Кроме того, основные фонды оказывают влияние на другие факторы производства и тесно связаны с ними. Взаимозаменяемость основных фондов с другими факторами производства проявляется в том, что при определенных условиях каждый из элементов потенциала может заменить другой его элемент, при этом происходит либо изменение стоимости отдельных элементов, либо изменение их долей в общей структуре производственного потенциала предприятия².

Составной частью капитала предприятия является оборотный капитал – это ресурсы, использование которых осуществляется в течение одного воспроизводственного цикла или относительно короткого периода времени. Оборотный капитал состоит из оборотных средств и краткосрочных финансовых вложений. С позиций бухгалтерского учета и в соответствии с действующей отчетностью капитал представлен внеоборотными и оборотными активами. Внеоборотные активы состоят из следующих элементов: нематериальные активы; основные средства; незавершенное строительство; доходное вложение в материальные ценности; долгосрочные финансовые вложения; отложенные налоговые активы; прочие внеоборотные активы.

Развитие науки и техники в России и за рубежом все чаще требует от предприятий скорейшего внедрения в производство научных открытий, технических разработок.

¹ Тертышник М.И. Оценка уровня использования и проблемы определения потенциальных возможностей предприятий // *Baikal Research Journal*. 2017. Т. 8. № 2. С. 29.

² Тертышник М.И. Проблемы оценки производственного потенциала и стоимости предприятий / М.И. Тертышник // *Известия Иркутской государственной экономической академии*. – 2011. – № 3. – С. 17.

Все это ведет к необходимости глубокого анализа нематериальных активов предприятия. Их наличие и качество характеризуют уровень развития применяемой технологии, соответствие способа изготовления современным экономическим, экологическим требованиям, определяют конкурентоспособность производства. При этом непосредственное влияние на производственную деятельность предприятия оказывают только нематериальные активы, часть оборотных активов, представленная в виде запасов, и активная часть основных средств. Поэтому они и должны быть учтены при определении производственной мощности предприятия¹.

К факторам производства относится и земля, под которой в экономической теории понимают все полезности, которые даны природой в определенном объеме и над предложением которых человек не властен. Земля непосредственно определяет результаты производственной деятельности в добывающих отраслях и сельском хозяйстве, лесной промышленности. В них факторы качества, состава природных ресурсов могут значительно повлиять на развитие производства и характеристики готовой продукции. В других отраслях существенного влияния на производственные результаты земля оказать не может и не учитывается при определении его производственных мощностей.

Другим неотъемлемым элементом процесса производства является труд. В литературных источниках часто отмечается, что без привлечения трудовых ресурсов наличное оборудование не имеет реальной возможности производить продукцию². Нельзя не согласиться с таким подходом, поскольку без приложения усилий живого труда оборудование остается лишь имуществом, не приносящим дохода, а оборотные средства не превращаются в готовую продукцию.

Однако на современном этапе развития экономики важнейшее значение имеют не столько количество работников предприятия, сколько их качественный состав: структура работников, профессионально-квалификационный состав, наличие опыта работы, инициативность работников. От этих характеристик зависит конкурентоспособность предприятия и его продукции на рынке, следовательно, и его рентабельность. Поэтому качественные и количественные характеристики работников всегда должны соответствовать характеру производства. Высвобождение работников, связанное с переходом на новый способ производства, требует соответствующих изменений в орга-

¹ Тертышник М.И. Оценка резервов и диспропорций производственных мощностей предприятий / М.И. Тертышник // Инновационные кластеры в цифровой экономике: Труды научно-практ. конф. с междунар. участием. – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 410-415.

² Понкратова Т.А. К вопросу использования производственных мощностей на экономически рациональном уровне // Вестник Кузбасского государственного технического университета. 2014. № 3. С. 144-147.

низации процесса изготовления продукции. Следовательно, труд представляет собой важный элемент, оказывающий влияние на производственную мощность предприятия.

Одним из основных и важнейших факторов являются предпринимательские способности. Предпринимательские способности проявляются в том, что предприниматель и управленческий персонал принимают решения, связанные с созданием нового и развитием действующего предприятия, определением потребности рынка в продукции, номенклатуры и ассортимента производства, выпуском новой продукции и другие. Это оказывает прямое влияние на величину производственных мощностей предприятия и определение степени ее использования. Таким образом, предпринимательские способности являются решающим фактором производства. Они лежат в основе приобретения и развития капитала, привлечения к нему труда, что в совокупности и определяет производственные возможности предприятия.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

THE NEW ECONOMY ORGANIZATIONS FEATURES

Федюкович Е.В.,

Fedukovich E.V.,

*к.э.н., доцент Московского финансово-промышленного университета «Синергия»,
Москва,*

e-mail: EFedukovich@synergy.ru

Ключевые слова:

Платформа, эволюция организаций, организационные структуры, компетенции сотрудников

Keywords:

Platform, organizations evolution, organizational structures, employee competencies

Современная организация представляет собой результат эволюции средств коммуникации. В самых ранних организациях вопросы решались в пределах слышимости звука. Возможность общаться на более удаленном расстоянии позволила создавать более сложные структуры. Работа централизованных бизнес-структуры стала возможной благодаря работе почты, появление телеграфа и телефона позволило управлять бизнесом в международном масштабе, а появление интернета сделало возможным появление глобальных структур. Развитие экономики и технологий, а также переход к новому экономическому укладу предполагает изменение не только масштаба организаций, но и создание новых, более продуктивных организационных структур и форм организации деятельности, что в свою очередь требует пересмотра подходов к их управлению и требований к компетенциям руководителей и сотрудников.

К концу XX века все многообразие организаций общественного производства могло быть подразделено на простые промышленные, технологические и инфраструктурные¹. Простая промышленная организация не имела описания технологического процесса. Предполагалось, что умельцы, работающие в такой организации, имеют четкое представление о том, каким образом должен осуществляться процесс производства или оказания услуги. Даже при наличии стандартов деятельности, получаемый в каждом конкретном случае результат мог быть разным, а скопировать и масштабировать бизнес, было практически невозможно, в связи с отсутствием описания технологии. При наличии детального описания последовательности действий и требований к деятельности и продукции, организация может быть воссоздана на любой территории. Такая организация является технологической. Инфраструктурная организация представляет разнообразные услуги, при этом инфраструктурная организация может быть как простой промышленной, так и технологической.

Перечисленные виды организаций относятся к традиционной экономике. Обычно они имеют иерархическую структуру, реже матричную и иногда сетевую. Механизмы управления этими структурами широко известны, поскольку начали формироваться во времена Ф. Тейлора и А. Файоля, а особая роль в представлении о принципах управления и предъявляемых требованиях к руководителям принадлежит П. Друкеру.

Развитие цифровой экономики в начале XXI стало толчком для развития организаций нового вида – платформенных. Платформа – «предприятие, обеспечивающее взаимовыгодный обмен товарами или социальной валютой между сторонними производителями и потребителями, благодаря созданию открытой инфраструктуры для участников и наличию правил взаимодействия»². Платформы создают ценности всеми участниками взаимоотношений - продавцам, покупателями и самой платформой, используя ресурсы, которыми не владеют или которые не контролируют. Использование новых технологий дает возможность увеличивать масштабы бизнеса в разы быстрее организаций традиционной экономики и также быстро их при необходимости сокращать. Платформы приводят к размыванию границ бизнеса и смещают традиционный внутренний фокус компаний во внешний.

¹ Попов С.В. Идут по России реформы. - М.: Кентавр № 2, 3, - 1992. [Электронный ресурс] http://priss-laboratory.net.ru/library/library_porov.htm (Дата обращения 07.09.2019)

² Паркер Д. Революция платформ. Как сетевые рынки меняют экономику — и как заставить их работать на вас / Д. Паркер, М. ван Альстин, С. Чаудари. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. — С. 21.

На сегодняшний день принято выделять три вида платформ¹ - внутренние на основе модели «цифрового двойника», платформы-интеграторы и многосторонние. Вне зависимости от вида, платформы существенно отличаются от организаций традиционной экономики по принципу выстраивания организационной структуры и управления деятельностью. Платформенная организация является технологической, причем технология ее оцифрована. Однако получаемые результаты больше схожи с результатами деятельности простой организации. Даже при наличии достаточно жестких правил, установленных самой платформой, каждый участник имеет право выбирать, когда и как ему действовать, в какой форме принимать или не принимать участие в деятельности. Состав участников платформы может постоянно изменяться, а получаемые результаты могут быть непредсказуемыми, что более характерно для простой промышленные организации.

Другой особенностью платформенных организаций является ставка на управление внешними ресурсами и создание активного сообщества, тогда как традиционные организации достигают конкурентоспособности за счет обладания уникальными внутренними ресурсами, в том числе и людьми, их знаниями и талантами. Управление платформой предполагает перенос внимания с традиционных функций менеджмента, таких как контроль и мотивация подчиненных, а также совершенствование продукции, на управление экосистемой и убеждение внешних партнеров.

Развитие информационных технологий способствовало возникновению организаций, обладающих нетипичными для традиционной экономики структурами, которые будут доминировать в экономике ближайшие десятилетия. Развитие платформ изменяет представление о методах управления бизнесом, его развитии и росте, организационных структурах, стратегии, управлении человеческими ресурсами и др. Повышается роль аналитических процессов и координации деятельности на основе стандартизации входящих ресурсов. Существенным образом изменяются требования к компетенциям менеджеров. От руководителей все больше требуется креативность мышления и непрерывная генерация новых идей, т.е. того, на что еще не способны роботы и компьютеры. Среди компетенций сотрудников на первое место выходят soft skills, особое значение приобретает навык налаживания внутренних и внешних коммуникаций, умение справляться с проблемами, находить проблемно-ориентированные решения (не решения вообще, а решение, позволяющее устранить конкретную проблему), умение перечислять

¹ Маркова. Бизнес-модели компаний на базе платформ. [Электронный ресурс] <https://institutiones.com/general/3212-biznes-modeli-kompanii-na-baze-platform.html> (Дата обращения 09.09.2019)

ся и навыки психофизической самоорганизации. Особое значение придается владению системным подходом, умению встраиваться в исследовательскую работу, общаться и работать в команде, что должно быть обязательно учтено при подготовке кадров управленческого и неуправленческого уровня.

РЕЙТИНГ ГОСТИНИЦ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ

RATING OF HOTELS AS A TOOL OF SERVICE QUALITY MANAGEMENT

**Харлампиева А.С.,
Kharlampieva A.S.,
к.э.н., доцент ЛГУ им. А.С. Пушкина,
Санкт-Петербург,
e-mail: Kharlampieva@list.ru**

Ключевые слова:

Управление качеством обслуживания, мониторинг, конкурентные преимущества

Keywords:

Service quality management, monitoring, competitive advantages

Система регионального мониторинга, на основе которой определяется рейтинг гостиничных предприятий, должна стать базой для решения задач, связанных с обоснованием целей и задач государственной региональной политики в области гостиничного хозяйства, с предупреждением кризисных ситуаций и оценкой результативности гостиничной деятельности.

Главными критериями оценивания гостиниц являются стандарты, представленные в Системе классификации гостиниц и иных средств размещения, которая утверждена приказом Министерства туризма РФ от 01.01.2019.

В Положении РФ от 16 февраля 2019 года №158. Говорится, что основной целью классификации гостиниц является предоставление потребителям необходимой и достоверной информации о соответствии гостиниц установленной системе классификации. Гостиницы будут классифицироваться по системе, в которой предусмотрено шесть категорий: «пять звезд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда», «без звезд».

Добиться соответствия гостиниц установленной системе классификации можно совершенствованием управления качества направленным на повышения конкурентоспособности гостиницы в условиях действия рыночных отношений. Основное направление формирования стратегических конкурентных преимуществ это предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами.

Существует несколько подходов к пониманию управления качеством в гостинице. Ряд специалистов считает, что управление качеством – это действие, контролируемое организацией, которое направлено на обеспечение соответствия качества установленным стандартам. По мнению других - качество определяют рынок и потребители, т.е. по их мнению – это способность удовлетворять или превышать ожидания клиента.

Существует так же мнение, что управление качеством в гостиницах от двух звезд до пяти есть не что иное, как соответствие уровня этого управления, соответствующей категории классности самой гостиницы. Все услуги, которые гостиничное предприятие предлагает гостям, должны подвергаться постоянному мониторингу и контролю. Существенная часть времени менеджеров среднего звена в отеле должна уходить как раз на совершенствование качества оказания услуг, формирование комплексных пакетов и поиск новых форм продвижения. Оценка качества обслуживания есть понимание того в какой степени услуги могут удовлетворить потребности человека. Составные части системы управления качеством услуг гостиницы должны предусматривать контроль качества, целенаправленное воздействие на операции обслуживания потребителей с целью сохранности жизни, здоровья и имущества потребителей. Различают качественные и количественные методы исследований. Наиболее часто используемые методы исследования в анализе гостиничных услуг - это наблюдение, эксперимент, опрос, а основными инструментами управления качеством услуг принято считать контроль и учет. Гостиничная отрасль во всем мире является конкурентной, поэтому необходимо много внимания уделять клиенту и постоянно соответствовать его потребностям. Гостиницы должны следить за уровнем своего обслуживания и сравнивать его с тем, что предлагают конкуренты. В гостиницах различных зарубежных брендов разработана современная управленческая система, контролирующая качество услуг. Например, в отелях бренда Swissotel Hotels & Resorts. Swissotel Hotels & Resorts обменивается опытом управления качеством с другими гостиницами холдинга Fairmont Raffles Hotels International Int. В данном случае уместно использовать концепцию бенчмаркинга для распространения этого положительного опыта в российских гостиницах. Он имеет много возможных направлений применения.

В России данный вид бизнеса получил широкое развитие и как следствие требует государственного контроля. В нашей стране этим процессам уделяется недостаточное внимание. В городах федерального значения региональный мониторинг состоит в удовлетворительном состоянии, но в регионах РФ ситуация гостиничного мониторинга складывается проблематично.

Введение обязательной классификации гостиниц будет способствовать увеличению туристского потока и развитию внутреннего и въездного туризма за счет повышения конкурентоспособности гостиничных услуг и привлекательности гостиниц¹.

Осуществление анализа регионального гостиничного хозяйства позволяет грамотно оценить состояние средств размещения в регионе, выявить проблемы и определить пути их решения, а также выявить стратегии развития.

Также одним из главных направлений государственного мониторинга гостиничного хозяйства, является создание государственных организаций, структур, цель которых состоит в анализе деятельности гостиничных и прочих объектов туристской инфраструктуры, проведение государственной политики по усовершенствованию функционирования элементов туристской инфраструктуры, выявление проблем и поддержка данной отрасли. Для развития приоритетных сегментов гостиничной отрасли (трехзвездочных гостиниц, хостелов и гостиниц на базе плавучих сооружений) принято постановление Правительства о мерах поддержки гостиничной отрасли Санкт-Петербурга, и разработана Программа на 2017-2021 годы.

Итак, услуги, должны постоянно контролироваться и подвергаться мониторингу. Время работы менеджеров среднего звена в отеле должна уходить как раз на совершенствование качества оказания услуг, формирование комплексных пакетов и поиск новых форм продвижения. Для обмена опытом управления качеством с другими гостиницами уместно использовать концепцию бенчмаркинга, для распространения этого положительного опыта в российских гостиницах.

¹ Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями на 4 июня 2018 года), (редакция, действующая с 1 января 2019 года), статья 1.

О КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЯХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ В КРЫМУ

COMPETITIVE STRATEGIES OF THE ACCOMMODATION FACILITIES IN THE CRIMEA

Хатикова З.В.,
Khatikova Z.V.,
к.э.н., доцент Севастопольского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Севастополь,
e-mail: zkhatikova@mail.ru,
Рывкина О.Л.,
Ryvkina O.L.,
к.э.н., доцент Севастопольского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Севастополь,
e-mail: bolbotenko@yandex.ru

Ключевые слова:

Средство размещения, конкурентная стратегия

Keywords:

Accommodation facility, competitive strategy

За последние несколько лет в Крыму наблюдается активное развитие сферы отдыха и туризма. Согласно официальной статистике¹, в период с 2015 по 2017 гг. среднегодовой прирост числа коллективных средств размещения составил 449 ед. или 187,1%, номеров – 11349 ед. (125,4%), мест (коек) – 27395 ед. (125,9%), а размещенных лиц – 339868 чел. (132,1%). Логичным следствием такой ситуации явилось усиление конкуренции на данном рынке, что, в свою очередь, обуславливает необходимость развития отличительных особенностей крымских средств размещения для привлечения большего количества гостей. При этом речь идет не о ситуативном оперативном конкурентном управлении посредством разовых мероприятий (скидок, акций и т.п.), а о стратегическом подходе к поиску, формированию и развитию конкурентных преимуществ крымских предприятий санаторно-курортного и гостиничного бизнеса.

Опираясь на типологию конкурентных стратегий² разрабатываем рекомендации по их выбору для различных видов крымских коллективных средств размещения с учетом особенностей их функционирования.

В настоящее время крымский рынок коллективных средств размещения представлен санаториями, пансионатами, курортными отелями, этно-отелями, бутик-отелями, парк-отелями, мотелями, кемпингами, фермерскими гостевыми домами, хостелами. Каждый из них имеет свою специфику предлагаемого продукта с позиции ка-

¹ Статистический ежегодник. Республика Крым. 2017: Стат.сб. / [ред. И.О. Балдина, Н.Н. Григорь, А.А. Мысков]. – Симферополь : Крымстат, 2018. – 329 с.

² Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость [Текст] / М. Портер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 715 с.

чественных, ассортиментных, ценовых характеристик для удовлетворения потребностей целевой аудитории массового или локального рынка.

Первый тип конкурентной стратегии – стратегию лидерства в издержках, ориентированную на предложение базового, без излишеств продукта для удовлетворения массового спроса, следует рекомендовать санаториям и пансионатам, введенным в эксплуатацию во времена СССР. Несмотря на представительную инфраструктуру (парковая зона от 3 га, не менее одного спального корпуса с номерным фондом от 50 номеров), у многих из них эта инфраструктура остается морально и физически устаревшей. Присутствуют номера с частичными удобствами, реализуются койко-места «с подселением», предлагается возможность выбора ограниченного пакета услуг. Низкостоймостная конкурентная стратегия является актуальной и для средств размещения с категориями «без звезд» и «1-3 звезды» для реализации в период несезона за счет предоставления только основной услуги – «размещения» без питания или с завтраком, а также при условии раннего бронирования.

Второй тип конкурентной стратегии – стратегия дифференциации, обеспечивает удовлетворение массового вариативного спроса за счет широкой линейки разнообразных высококачественных услуг. В первую очередь, она может быть рекомендована санаториям, которые в отличие от выше рассмотренных, развивают свою материальную базу, расширяют ассортимент лечебно-оздоровительных услуг не только в рамках лечебного профиля, активно продвигают их на рынок. В частности, санатории Южного берега Крыма предлагают услуги аппаратного и медикаментозного лечения заболеваний верхних дыхательных путей специфического и неспецифического характера в сочетании с терренкуром и климатотерапией. Кроме этого, они могут привлекать туристов, интересующихся историей и архитектурой, так как около 70% санаториев – это бывшие частные усадьбы и имения. Стратегия дифференциации актуальна и для курортных отелей, предлагающих кроме привычных основных, дополнительных и сопутствующих услуг те, которые зачастую нехарактерны для этой сферы деятельности. Например, гостиничный комплекс «Ялта-Интурист» (г. Ялта) привлекает семейные пары с детьми собственным зоопарком; комплекс «Mriya Resort & SPA» (г. Ялта) – первым и самым большим в Крыму открытым ледовым катком, парком чудес и приключений.

Третьим типом конкурентной стратегии является стратегия фокусирования на издержках, реализуемая на локальном рынке. Эта стратегия может быть рекомендована как мотелям, кемпингам, фермерским гостевым домам и хостелам, обслуживающим

небольшое число гостей со специфическими потребностями, так и мини-отелям с номерным фондом от 5 до 15 номеров и гостевым домам, предлагающим стандартные услуги размещения. Стратегия фокусирования на издержках для указанных типов средств размещения позволит сформировать конкурентное преимущество за счет низкой себестоимости основной услуги для узкой целевой аудитории, чувствительной к цене, а также гибкого реагирования на индивидуальные особенности спроса.

Конкурентная стратегия четвертого типа – стратегия фокусирования на дифференциации, может быть рекомендована средствам размещения, характеризующимся наличием изысканной концепции, основанной на уникальных особенностях архитектуры, индивидуальном дизайне и оснащении номеров, высококлассном обслуживании. К ним относятся бутик-отели и этно-отели. Так, бутик-отель «Вилла София» занимает лидирующие позиции в рейтингах «Бутик отели Ялты», как благодаря исключительному сервису и кухне, так и созданному индивидуальному образу и атмосфере каждого помещения. Более того, один из номеров является личными апартаментами С.М. Ротару. А архитектурный стиль этно-отеля «Джеваль» (г. Евпатория) с внутренней отделкой из натуральных материалов, предметами интерьера ручной работы народных мастеров, национальной кухней, создают атмосферу традиций крымско-татарского народа.

Таким образом, конкурентный рынок средств размещения в Крыму представлен различными видами предприятий. Изучение особенностей предлагаемых ими услуг, позволило рекомендовать целесообразные к реализации типы конкурентных стратегий.

КОРПОРАТИВНАЯ ПЕНСИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГРАЖДАН

CORPORATE PENSION AS A METHOD OF INCREASING THE LEVEL OF SOCIAL SECURITY OF CITIZENS

Хистева Е.В.,

Khisteva E.V.,

*к.э.н., доцент Донецкого национального университета
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,*

Донецк, Украина,

e-mail: khisteva.elena@yandex.ru,

Иванова Е.С.,

Ivanova E.S.,

*магистрант Донецкого национального университета
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,*

Донецк, Украина,

e-mail: liza_ivanova-97@bk.ru

Ключевые слова:

Корпоративная пенсия, негосударственный пенсионный фонд, негосударственное пенсионное обеспечение, корпоративная пенсионная программа

Keywords:

Corporate pension, non-state pension fund, non-state pension provision, corporate pension program

На сегодняшний день пенсионная система России переживает довольно сложный период, поскольку многие считают ее неэффективной и несправедливой из-за низких размеров пенсий, которые не могут в полной мере удовлетворить потребности населения. В связи с этим одним из главных инструментов повышения эффективности социального обеспечения может стать корпоративное пенсионное обеспечение как дополнение к государственному. Корпоративное пенсионное обеспечение представляет собой финансирование компанией будущих и настоящих пенсий работников.

Реализация корпоративного пенсионного обеспечения достигается через пенсионные программы, которые разработаны компаниями. Данные корпоративные пенсионные программы позволяют компаниям решить ряд стоящих перед ними задач - как внутренних, так и внешних. Внутренними задачами являются: замотивировать и удерживать работников, привлечь новых высококвалифицированных сотрудников, повысить производительность труда и снизить «текучесть» кадров, оптимизировать экономические затраты за счет налоговых преференций, сформировать положительный имидж компании и другие. Внешними немаловажными задачами являются: получение дополнительных инвестиционных ресурсов, реклама, реализация социальной ответственности перед обществом в конкретном регионе.

Существует 3 вида корпоративных пенсий: солидарная, при которой перечисляемые взносы облагаются налогом на прибыль; индивидуальная, взносы которой перечисляются работодателем самостоятельно и не подпадают под налогообложение; паритетная, где перечисление средств происходит как работодателем, так и самим работником. Стоит отметить, что для получения корпоративной пенсии сотрудник такой компании должен выполнить ряд определенных условий, которые ставит перед ним работодатель. В итоге работодатель получает запланированный им эффект от реализации корпоративной пенсионной программы, а работник получает дополнительный доход в виде корпоративной пенсии в дополнение к государственной. Следует добавить, что в конце 2018 г. в России только 15% компаний применяли модели корпоративного пенсионного страхования. В основном это крупные корпорации и предприятия в нефтегазовой, транспортной, банковской отрасли и электроэнергетике.

В табл. 1 представлены основные показатели негосударственного пенсионного обеспечения российских корпораций за 2018 г. Нами были выбраны 10 компаний различных отраслей и рассмотрены их негосударственные пенсионные фонды (далее – НПФ). Ведущим фондом по объему активов является НПФ «Сбербанк», на втором месте - НПФ «Открытие», на третьем – НПФ «Газфонд».

Таблица 1. Основные показатели негосударственного пенсионного обеспечения российских корпораций за 2018 г.¹

№	Название компании	Пенсионный фонд	Активы фонда, млн. руб.	Количество участников НПО, чел.	Выплата пенсий по НПО, тыс. руб.
1	«Газпром»	НПФ «Газфонд»	477 483	233 020	18 581,3
2	«Гатнефть»	НПФ «Национальный»	36 490	111 227	1 023,6
3	«Транснефть»	Фонд «Транснефть»	101 710,5	143 124	2 909,6
4	«САФМАР Финансовые инвестиции»	НПФ «САФМАР»	177 631,1	38 345	493,1
5	«ВТБ»	НПФ «ВТБ Пенсионный фонд»	200 019,4	65 214	252,1
6	РЖД	НПФ «Благосостояние»	407 631,8	1 298 137	18 690,2
7	«ФК Открытие»	НПФ «Открытие»	564 937	540 826	3 509,6
8	РУСАЛ	НПФ «Большой пенсионный фонд»	42 129,4	38 345	280,7
9	«Сбербанк»	НПФ «Сбербанк»	627 149,2	1 752 035	458
10	Почта России	НПФ «Телеком Союз»	25 294,3	306 434	1 553,3

¹ Основные показатели деятельности негосударственных пенсионных фондов // Центральный Банк Российской Федерации. URL: http://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_coll/ops_npf/2018/

Лидирующую позицию среди представленных фондов по количеству участников занимает НПФ «Сбербанк», второе место – НПФ «Благосостояние». По показателю выплаты пенсий лидером является НПФ «Открытие».

Каждый негосударственный пенсионный фонд, рассмотренный нами выше, имеет свои корпоративные пенсионные программы. Параметры такой программы зависят от целей, которые ставит перед собой компания. Так, например, одним из условий участия сотрудников в корпоративной пенсионной программе может быть определенный стаж работы в компании (в основном от 3-5 лет). Другим условием может стать выполнение сотрудником определенных задач или объемов работ, а также определенный уровень квалификации, производительности труда, соблюдение трудовой дисциплины.

Для того чтобы сделать вывод о значении корпоративной пенсии и об уровне ответственности за обеспечение граждан в старости НПФ необходимо оценить роль корпоративной пенсии в совокупных доходах граждан.

Рис. 1. демонстрирует структуру доходов пожилых людей в отдельных странах мира.¹ Так, наибольшая доля негосударственной пенсии совместно с доходом от инвестирования среди рассмотренных стран наблюдается в Финляндии – более 81 %, для сравнения в России данный показатель составляет 3,1 %, что свидетельствует о низком уровне развития негосударственного пенсионного обеспечения. Поэтому после выхода на пенсию граждане России надеются на получение гарантированной государственной пенсии (62,2 %) и при желании продолжают свою трудовую деятельность (доля в общих доходах 34,7 %).

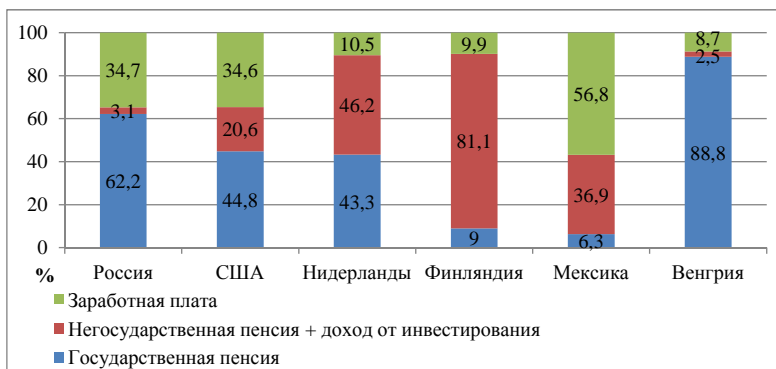


Рис. 1. – Структура доходов пожилых людей в отдельных странах мира за 2015 г.

¹ Ю.Ю. Финюгина и другие./ Финансы и кредит, 2017, т. 23, вып. 11, стр. 647-668

Таким образом, в России существуют крупные компании, которые не только обеспечивают стабильную работу, но и заботятся о благосостоянии своего сотрудника после выхода на пенсию. Данные корпоративные пенсии позволяют удержать ценных сотрудников в компании, а также повысить уровень их материального благосостояния. Именно поэтому корпоративная пенсия играет важную роль в системе пенсионного обеспечения России, поскольку снижает нагрузку на государство. И чем больше будет развиваться данный уровень пенсионного обеспечения и разрабатываться новые пенсионные программы, тем выше будет уровень жизни граждан после выхода на пенсию.

ЗАДАЧИ ФИНАНСОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

TASKS OF FINANCES IN DIGITAL ECONOMY

**Чайковская О.В.,
Chajkovskaya O.V.,
к.э.н., доцент, Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк, Украина,
e-mail: olga957@i.ua**

Ключевые слова:

Цифровая экономика, финансы, финансовая система

Keywords:

Digital economy, finances, financial system

Цифровая экономика, как и любая экономика, охватывает отношения производства, распределения, обмена и потребления, и выдвигает ряд проблем, требующих научного и практического осмысления с точки зрения ее воздействия на деятельность государства и населения. Финансы принято называть кровеносной системой экономики, подобно которой денежные потоки обеспечивают ее жизнеспособность. Цифровизация экономики влечет за собой кардинальные изменения финансовой системы и форм финансовых отношений. В связи с этим анализ тенденций развития цифровой экономики, оценка положительных и отрицательных воздействий на жизнь общества, постановка новых задач в каждом сегменте экономики, приобретают все большую актуальность и являются предметом научных дискуссий.

Термин «цифровая экономика» («digital economy») до настоящего времени трактуется неоднозначно, несмотря на его распространение во всех сферах социально-экономической жизни. Цифровая экономика рассматривается как экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях. Например, Всемирный банк определяет цифровую экономику как систему экономических, социальных и культурных от-

ношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий¹.

Объемы цифровой экономики с каждым годом увеличиваются. В 2013 г. общий размер цифровой экономики оценивался Oxford Economics в 20,4 млрд. долларов, что составляло примерно 13,8% мировых продаж. В октябре 2016 г. объем цифровой экономики в мире составлял 11,5 трлн. долл. (15,5% мирового ВВП), при этом ее доля колеблется в развитых странах в диапазоне 10-35% (в среднем 18,4%), а в развивающихся странах - от 2 до 18%. Поскольку за период 2000-2015 гг. объем цифровой экономики вырос в 2,5 раза, эксперты прогнозируют, что к 2025 г. ее объем вырастет до 23 трлн. долл. (24,5% мирового ВВП)².

В России интерес к цифровой экономике проявляется на государственном уровне. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная 28 июля 2017 г., определяет цели, задачи, направления, объемы и сроки реализации основных мер государственной политики по созданию необходимых условий для развития цифровой экономики. Отмечается, что данные в цифровой форме являются основой производства во всех сферах социально-экономической деятельности, что повышает конкурентоспособность страны, качество жизни граждан, обеспечивает экономический рост и национальный суверенитет³.

Цифровая экономика, в-частности, должна обеспечить эффективное взаимодействие бизнеса, научно-образовательного сообщества, государства и граждан; повышение конкурентоспособности на глобальном рынке как отдельных отраслей экономики, так и экономики в целом. Таким образом, достижение целей цифровой экономики будет способствовать экономическому росту, повышению качества жизни населения и конкурентоспособности страны.

Финансы – неотъемлемая часть экономики. Финансовые отношения – это всегда денежные отношения. Использование в цифровой экономике виртуальных денег, отмена потребности в отдельных финансовых посредниках, моделирование процессов распределения и перераспределения общественного продукта, возможность создания электронного государства выдвигают перед финансами такие научные и практические про-

¹ РИА Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/science/20170616/1496663946.html>

² Егоров, Д.В. Финансовые аспекты цифровой экономики / Д.В. Егоров // Банковское дело. – 2017. -№ 12. – С.38-40.

³ Распоряжение правительства РФ от 28 июля 2017 г. №1632-р Об утверждении Программы «Цифровая экономика российской Федерации» //Информационно-правовая система Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/71734878/>

блемы, как изменение инфраструктуры финансовой системы, создание благоприятной финансовой среды для функционирования государства и субъектов хозяйствования¹.

Так, создание электронного государства и электронного правительства, которые будут создавать значительную долю электронных сервисов и продуктов своим гражданам, затрагивает процесс формирования государственного и местных бюджетов. Следовательно, необходим механизм формирования доходов и расходов бюджета, адаптированный к условиям цифровой экономики.

Использование виртуальных денег требует совершенствования определенных IT-технологий. В основе цифровой экономики лежат технология блокчейн и продукты, создаваемые на ее базе – криптовалюты, майнинг. Блокчейн может применяться в разных сферах финансов: в банковской системе, страховании, налогообложении, на фондовой бирже. Криптовалюты как частные цифровые деньги используются без участия каких-либо финансовых посредников, что вызывает необходимость трансформации структуры финансовой системы, ликвидации тех ее звеньев, которые не будут участниками распределительных денежных потоков, пересмотра схемы классического банкинга.

Развитие цифровой экономики предполагает инвестирование бизнесом в IT-технологии с целью удешевления собственных продуктов и создание новых технологических решений. При этом рыночная стоимость цифровых активов (инфраструктура, приложения, решения, технологическое оснащение) растет с ростом их полезности, одновременно растет стоимость акций компаний, владеющих этими активами. Значит, принятие инвестиционных решений требует новой системы информационного обеспечения.

Таким образом, развитие цифровой экономики ставит перед финансами целый ряд научно-практических задач, направленных на обеспечение жизнеспособности финансовой системы в условиях трансформации ее составляющих. Возможности IT-технологий должны быть направлены на оптимизацию финансовых отношений государства, бизнеса и населения.

¹ Омелянович Л.А., Чайковская О.В. Финансовая мысль: ретроспектива и современные вызовы // Актуальные проблемы менеджмента: производительность, эффективность, качество (в условиях цифровой экономики): Материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, СПбГУ, 2017 г. - С.41-44.

**УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В МОНОГОРОДАХ РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ**

**MANAGEMENT OF INVESTMENT ACTIVITY DEVELOPMENT IN SINGLE-
INDUSTRY TOWNS OF THE REPUBLIC OF KHAKASSIA**

**Чебодаев В.П.,
Chebodaev V.P.,**

*к.э.н., доцент Хакасского государственного
университета имени Н.Ф. Катанова,
Абакан,
e-mail: chebodaevvp@mail.ru*

Ключевые слова:

Инвестиции, муниципальное образование, инвестиционная деятельность, моногород
Keywords:

Investment, municipality, investment activity, single-industry town

Одной из наиболее сложных проблем социально-экономического развития Республики Хакасия является ситуация с монопрофильными муниципальными образованиями (моногородами). В Хакасии моногородами в настоящее время признано шесть муниципальных образований: г. Черногорск, г. Саяногорск, г. Сорск, г. Абаза, Вершино-Тейский поссовет, Туимский сельсовет¹. Из них первые три муниципальных образования отнесены к категории моногородов, в которых имеются риски ухудшения социально-экономического положения, последние три – к категории моногородов с наиболее сложным социально-экономическим положением (в г. Абазе градообразующим предприятием является Абазинский рудник, в пос. Вершина Теи приостановлена производственная деятельность Тейского рудника, в с. Туим закрыт завод по обработке цветных металлов). Согласно данным Росстата, на 1 января 2019 г. в монопрофильных муниципальных образованиях Республики Хакасия проживало 170 тыс. чел. (31,7 % населения республики)².

Достаточно тяжелой остается в Республике Хакасия ситуация с инвестиционной деятельностью. В 2018 г. в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах РФ республика заняла лишь 77 место (в 2017 г. – 81 место). Инвестиции в основной капитал в Хакасии в 2018 г. составили 32,6 млрд. руб. Значительную долю в инвестициях в основной капитал в республике в последние годы занимает угледобыча.

Некоторые надежды с улучшением социально-экономического положения Республики Хакасия, в том числе в моногородах, связаны с Национальными проектами, а

¹ Распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014 № 1398-р «Об утверждении перечня монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)».

² Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2019 года /Росстат. – М., 2019.

также с комплексным инвестиционным проектом «Енисейская Сибирь». В 2012 г. в г. Черногорске был образован промышленный парк «Черногорский». В 2017 г. на территории г. Абазы была создана территория опережающего развития (ТОР) «Абаза». Монгорода Хакасии получают разные виды поддержки Правительства республики, в том числе в сфере развития предпринимательства. Однако размеры их явно не достаточны для улучшения сложившейся ситуации.

К сожалению, следует признать, что особых перспектив развития инвестиционной деятельности у моногородов Хакасии в нынешних условиях, скорее всего, нет. Так, в Туиме провалился проект строительства завода электролитического марганца компании «Чек-Су», который, как считалось, вдохнет вторую жизнь в поселок. Тем не менее, попытаться активизировать инвестиционные процессы в моногородах республики крайне важно.

Наиболее подходящей для моногородов Хакасии видится модель «Индустриальной диверсификации». Наиболее значительными возможностями для ее реализации обладают города Черногорск и Саяногорск. Для развития пос. Вершина Теи большую роль может сыграть строительство автомобильной дороги Абакан – Бийск.

Среди путей по развитию инвестиционной деятельности в моногородах Республики Хакасия можно выделить:

- усиление поддержки развития малого и среднего бизнеса;
- создание промышленных площадок;
- финансирование подведения необходимой инфраструктуры для реализации инвестиционных проектов;
- повышение комфортности городской среды;
- разработку PR-кампаний по привлечению инвестиций;
- активизацию сотрудничества с некоммерческой организацией «Фонд развития моногородов».

Видами экономической деятельности в моногородах Хакасии, которые имеют перспективы для инвестирования, выступают: деревообрабатывающая и пищевая промышленность, строительная индустрия, сфера услуг, туризм и др. Важнейшим фактором привлечения инвестиций в моногорода является активная позиция региональных и муниципальных властей. Моногородам Хакасии необходимо помогать, находя новые креативные методы поддержки.

Таким образом, управление развитием инвестиционной деятельности в моногородах Республики Хакасия является делом очень важным и сложным. Упор нужно де-

лять на диверсификацию экономики. Эффективная инвестиционная политика в моногородах требует проведения комплексных мер, сосредоточения усилий органов государственной власти и местного самоуправления, бизнеса, граждан. Активизация инвестиционной деятельности позволит создать новые рабочие места, снизить риски социально-экономического развития, сделать моногорода более комфортными для жизни, повысить качество жизни местного населения.

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

PRIORITIES FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Черченко Н.В.,
Cherchenko N.V.,
к.э.н., доцент, зав. кафедрой Института бизнеса БГУ (ИБ БГУ),
Минск, Беларусь,
e-mail: cherchenko@tut.by
Мармашова С.П.,
Marmashova S.P.,
ст. преподаватель Института бизнеса БГУ (ИБ БГУ),
Минск, Беларусь,
e-mail: s.marmashova@gmail.com

Ключевые слова:

Туристическая индустрия, агроэкотуризм, гостеприимство, приоритеты развитие туризма

Keywords:

Tourism industry, agroecotourism, hospitality, tourism development priorities

Развитие конкурентоспособной туристической индустрии в Республике Беларусь является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития. В стране реализуется Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 годы¹, призванная обеспечить вклад туристического комплекса в укрепление экспортного потенциала, а также оптимизацию внешнеторгового оборота.

На начало 2019 года туристическую деятельность в Республике Беларусь осуществляли 1482 организации, сотрудничающие более чем со 140 странами мира. Въездной туристический поток в Республику Беларусь с учетом пересечений Государственной границы Республики Беларусь на открытом белорусско-российском участке в 2018 году составил 11,5 миллиона прибытий иностранных граждан. При этом поток ор-

¹ Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь – URL: <http://www.mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru/> (дата обращения 20 сентября 2019).

ганизованных иностранных туристов и экскурсантов в Республику Беларусь за 2018 год превысил 365 тыс. человек из 122 стран мира¹.

Рассмотрим основные приоритетные направления развития туристической индустрии в Республики Беларусь в современных условиях.

Динамичное развитие в последние годы получил оздоровительный туризм и агротуризм, что связано с наличием уникальных природных объектов. Функционируют более 2 тыс. колоритных субъектов агротуризма, а также 490 санаторно-курортных, оздоровительных организаций и других специализированных средств размещения, конкурентными преимуществами которых выступают высококвалифицированные белорусские врачи, современная материально-техническая база, в целом высокий уровень качества предоставляемых рекреационных услуг².

Все большую популярность приобретает формат так называемых «зеленых маршрутов», отражающих стремление людей к здоровому образу жизни и единению с природой. Зеленые маршруты могут сочетать в себе элементы велотуризма, а также пешего, конного или водного. Сохраняется природный ландшафт и объекты культурного наследия, не наносится вред окружающей среде. В Беларуси предлагаются такие известные зеленые маршруты, как «Неманский шлях», «Голубое ожерелье Россон», «Игуменские конные стежки» и «Край желтых кувшинок и седых валунов».

Актуален религиозный туризм. Помимо осмотра старинных церквей и костелов, туристы приезжают поклониться чудотворным иконам и нетленным мощам белорусских святых: Евфросинии Полоцкой, праведной княгини Слуцкой Софии.

Растущий интерес гости Беларуси проявляют к объектам военно-исторического туризма. В силу своего геополитического положения Беларусь вошла в хроники крупнейших войн мировой истории. Это и Средневековье, и битвы со шведами в период Северной войны. В Отечественной войне 1812 года на Березине была разгромлена наполеоновская армия. Во время Первой мировой войны в Барановичах и Могилеве находилась Ставка Верховного главнокомандующего армии – императора Николая II. Самые трагические годы истории Беларуси – Великая Отечественная война. О военных подвигах народа напоминают Брестская крепость, Буйничское поле «Линия Сталина». О страшных преступлениях фашизма свидетельствуют мемориальный комплекс, возве-

¹ Статистический обзор ко Всемирному дню туризма – URL: http://www.belstat.gov.by/obestate_2/novosti-i-meropriyatya/novosti/statisticheskiy_obzor_ko_vsemirnomu_dnyu_turizma_2019/ (дата обращения 21 сентября 2019).

² Туризм. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь – URL: http://president.gov.by/ru/tourism_ru/ (дата обращения 21 сентября 2019).

денный на месте сожженной вместе с людьми деревни Хатынь, а также Музей истории Великой Отечественной войны, переехавший в новое, современное здание к 70-летию освобождения Беларуси от немецко-фашистских захватчиков.

Еще одним приоритетным направлением развития туристической индустрии выступают культурные и спортивные мероприятия международного уровня, например, международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске», детский песенный конкурс «Евровидение – 2010», Чемпионат мира по хоккею с шайбой 2014 года, а также II Европейские игры 2019 года. Так, проведение II Европейских игр сопровождалось разрешением безвизового въезда в страну, приоритетным пропуском участников Игр и туристов через государственную границу Беларуси. В соревнованиях по 15 видам спорта приняли участие 3 604 спортсмена из 50 стран. Телевизионные трансляции Европейских игр шли в 196 странах¹.

Таким образом, развитие туристической индустрии в стране не только содействует сохранению исторической памяти и культурного наследия человечества, но и носит весомый вклад в формирование и укрепление положительного имиджа страны на мировой арене.

ФОРМИРОВАНИЕ И УКРЕПЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

FORMING AND STRENGTHENING COMPETITIVE ADVANTAGES OF ORGANIZATION

**Шилинская И.А.,
Shilinskayte I.A.,
к.э.н., доцент Новгородского государственного университета
имени Ярослава Мудрого (НовГУ),
Великий Новгород,
e-mail: rabota966@mail.ru**

Ключевые слова:

Конкурентные преимущества, внешняя и внутренняя среда, конкуренты, цены, качество, реклама

Keywords:

Competitive advantages, external and internal environment, competitors, prices, quality, advertising

Исследование конкурентной среды организации позволяет своевременно реагировать на ее изменения, корректировать свои цели и задачи деятельности, а также мероприятия по их достижению. Это обеспечивает не только получение конкурентных

¹ Совмин II Европейские игры прошли на высоком организационном уровне. Минск 2019. – URL: <https://minsk2019.by/ru/news/1494> (дата обращения 21 сентября 2019).

преимуществ, способствующих эффективному функционированию организации, но и возможность достижения лидерства на рынке¹.

Исследование и оценка конкурентоспособности продукции проведены на примере торговой организации ООО «Пчеловодство области» г. Великий Новгород.

Анализа внешнего окружения» позволил выявить сильные и слабые стороны, как анализируемого предприятия, так и его ближайших конкурентов.

Основными проблемными местами ООО «Пчеловодство области» являются уровень цен и ассортимент продукции. В результате сравнения сильных и слабых сторон ООО «Пчеловодство области» с конкурентами рассматривается необходимость совершенствования работы по целому ряду направлений.

1. Управление ассортиментом. Магазин нуждается в расширенном ассортименте, так как покупатели не всегда могут найти нужный им товар, поэтому им приходится пользоваться услугами конкурентов. Данное мероприятие связано с поиском новых поставщиков, способных в короткие сроки предоставить качественную продукцию.

2. Скидки на товары. Так как система скидок плохо развита во всех предприятиях данной отрасли, этим мероприятиям стоит уделить особое внимание. Скидки могут предоставляться:

- на скоропортящиеся товары;
- на товары, у которых заканчивается срок годности;
- при покупке товаров, на определенную сумму, установленную руководством;
- бонусная (накопительная) система скидок.

3. Меры прямого снижения цены. Сюда может относиться совмещенная продажа продукции, когда несколько единиц товара объединены в одной упаковке.

4. Обеспечение дегустации товара. Возможность попробовать медовую продукцию перед приобретением.

5. Реконструкция торговой точки. Данная мера позволит в короткие сроки реализовать совершенствование действующего магазина. Сюда входят такие мероприятия как:

- увеличение общей площади путем аренды соседних помещений или же за счет пристроек или надстроек;
- улучшение архитектурной выразительности здания и благоустройство прилегающей территории.

¹ Коновалов В.В. Развитие конкурентных преимуществ - основа успеха / В.В. Коновалов, И.В. Цомаева // ЭКО. – 2010. - № 6. – С.115-128.

Расширение площади позволит убрать торговлю через прилавок, что в свою очередь позволит покупателям:

- быть самостоятельными в своем выборе;
- избегать очередей;
- ощущать чувство комфорта.

6. Своевременное оказание комплекса услуг, которые связаны со сбытом и сервисным обслуживанием. Грамотная организация сервиса является решающим фактором повышения конкурентоспособности товара (упаковка, составление комплектов товаров и так далее).

Теперь, когда продукция способна конкурировать не только по качеству, но и по цене и ассортименту, необходимо позаботиться о том, чтобы об этой продукции узнало, как можно больше потенциальных клиентов. Рекламная деятельность в ООО «Пчеловодство области» абсолютно не развита. В первую, очередь необходимо более широко использовать наружную рекламу. Для совершенствования наружной рекламы ООО «Пчеловодство области» целесообразно произвести установку переносных рекламных щитов на улице около магазина. Они являются средством привлечения внимания потенциальных покупателей, так как на них будет размещаться информация с кратким указанием ассортимента предоставляемой продукции, объявления о распродажах, акциях и тому подобном.

Также не стоит забывать и о рекламе внутри магазина. Необходимо использовать печатную рекламу (плакаты, каталоги, листовки), представляемую покупателям. Печатание такого вида рекламы обычно возлагается на производителей продукции. Каталоги содержат систематизированный перечень большого разнообразия товаров, подробную информацию о производителе, описание и технические характеристики предоставляемого товара.

Целью размещения рекламных материалов является напоминание потребителю о том, что в данной торговой точке он может приобрести данный товар. Поэтому необходимо заботиться о регулярном обновлении рекламных стендов¹.

Результаты PEST-анализа показали, в Северо-Западном регионе и в том числе в Новгородской области климатические условия слабо благоприятствуют развитию пчеловодства. Поэтому, у предприятий региона много конкурентов с южных областей Рос-

¹ Баяндин Н.И. Мониторинговая система ведения конкурентной разведки для предприятий малого бизнеса / Н.И. Баяндин, В.С. Кретов // Гуманит. науки в Сибири. - 2013. - N 1. - С.25-28.

сии. Тем не менее, из-за обилия разнообразных цветочных культур, опыляемых пчелами в нашем регионе, мед имеет больше полезных свойств, чем на юге.

В связи с этим целесообразно участвовать во Всероссийских ярмарках и выставках продуктов пчеловодства, распространять информацию о полезных свойствах меда и продуктов пчелы, произведенных именно в Новгородском регионе.

Таким образом, представленные выше рекомендации по укреплению конкурентных преимуществ ООО «Пчеловодство области» во внешней среде способны значительно повысить его конкурентоспособность на рынке. С учетом того, что качество продукции, предоставляемой данным торговым предприятием, ничем не уступает качеству продукции, предоставляемой фирмами-конкурентами, применение рекомендаций способно значительно усилить конкурентное преимущество ООО «Пчеловодство области» и сделать его более сильным игроком в конкурентной борьбе.

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ HR-НЕЙРОМАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

ETHICAL ASPECTS OF HR NEUROMARKETING IMPLEMENTATION IN MODERN ORGANIZATIONS

**Кульчицкая Е.В.,
Kulchitskaya E.V.,
к.э.н., старший преподаватель СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: e.kulchitskaya@spbu.ru**

Ключевые слова:

Нейромаркетинг, управление человеческими ресурсами, научная этика

Keywords:

Neuromarketing, human resource management, scientific ethics

Современная наука развивается в направлении междисциплинарных исследований, разработок и научных достижений. Экономические науки сегодня тесно сотрудничают с психологией, социологией, математикой, информационными технологиями и даже биологией и медициной. Нейромаркетинг – это одно из направлений научных исследований и практического применения, которое находится на стыке таких наук как экономика, маркетинг, психология и нейрофизиология.

Нейромаркетинг – это междисциплинарное направление в науке на пересечении нейробиологии, психологии и маркетинга, которое исследует сенсомоторные, когнитивные и эмоциональные механизмы личности, связанные с руководством и организационным управлением организацией, с целью повышения эффективности и результативности труда руководителей и каждого члена этой организации вследствие развития

потенциала мозга¹. В исследованиях мы делаем попытку разработать модель применения данных нейромаркетинга в организации с целью оптимизации взаимодействия сотрудников и компании, оптимизации профессиональной деятельности, повышения профессиональной успешности и продуктивности. В основе нашей модели лежит теория самодетерминации, разработанная американскими учеными Эдвардом Л. Деси и Ричардом М. Райаном, которые определяют термин самодетерминации как способность индивида к осуществлению и переживанию выбора², а также модель «персонал-микс». Под HR-нейромаркетингом понимается междисциплинарное направление в науке на пересечении нейробиологии, психологии, маркетинга и менеджмента, которое на основе сенсомоторных, когнитивных и эмоциональных реакций людей исследует особенности трудового поведения под влиянием составляющих комплекса маркетинга (организационные коммуникации, организационная культура, бизнес-модели организации)³. Все нейрофизиологические исследования имеют определенную проблематику, связанную с этической стороной их реализации.

Прежде всего, необходимо определить, что мы понимаем под научной и исследовательской этикой. Этика науки – это система представлений, отражающих содержание и значение этической составляющей науки. Исследователь, по К. Мертону, должен поступать этично и ответственно по отношению к самому знанию, другим ученым, обществу и государству, а также к самому себе⁴. Долгое время вопросы научной этики замыкались на аспектах взаимоотношения внутри научного сообщества: отсутствие плагиата, бескорыстность, универсализм, профессионализм и т.д. Но в XX веке, по мере развития ядерных и биомедицинских исследований и разработок, научная этика расширила сферу обсуждения. На сегодняшний день важнейшими вопросами являются вопросы безопасности, отсутствия негативного влияния на социум, непредсказуемости многих результатов научных открытий в технической и биомедицинской среде. Существует мнение, что научное познание – это выражение воли к власти и принудительное подчинение дисциплине восприятия и концептуального конструирования, а тем самым – как источник и воплощение тоталитаристских сил, подавляющих человека⁵. Но, по

¹ Крюкова Е. Нейроменеджмент: тайные коммуникации лидера [Электронный ресурс] / Е. Крюкова // СЮ: руководитель информационной службы. – 2012. – № 12. – С. 76 – 79. – Режим доступа: http://www.computerra.ru/cio/wp-content/uploads/2012/12/CIO_12-121.pdf. Дата обращения: 15.10.2019.

² Deci E.L., Ryan R.M. Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development and health // *Canadian Psychology*. — 2008. — Т. 49. — С. 182-185.

³ Родионова Е.А., Кульчицкая Е.В. 2018.

⁴ Merton R.K. *The Sociology of Science*. N. Y., 2003, p. 267–278.

⁵ Фуко М. Воля к знанию. – В кн.: Воля к истине: По ту сторону знания, власти и сексуальности. М., 1997.

нашему мнению, наука должна нести благо, знание и полезную информацию социуму, а не подавлять его. Именно поэтому в данной статье поднимается тема этической проблематики реализации HR-нейромаркетинга.

Нейромаркетинг, как и многие другие нейрофизиологические направления исследований, развиваются стремительно, на это выделяется серьезное финансирование. Но, по нашему мнению, любые исследования, в которых изучается непосредственно человек и его мозговая деятельность, должны быть защищены от вероломного и неэтичного поведения псевдоученых. Подобные исследования должны быть направлены исключительно на поиск информации, которая будет использована только на пользу социуму, но никак не во вред. При этом найти точки контроля за проведением нейрофизиологических исследований, а, главное, за применением их результатов, крайне сложно.

Все проблемы, связанные с этикой реализации нейрофизиологических исследований, мы делим на две большие группы: проблемы, связанные с проведением исследований, и проблемы, связанные с использованием результатов исследований. Основными этическими проблемами, связанными с проведением исследований, являются сложность постановки цели по таким принципам научной этики как «ищи истину», «избегай бессмысленности» и «выражайся ясно»; трудности взаимодействия ученых из разных областей, терминологический барьер; юридическая сторона вопроса, связанная с привлечением к исследованиям живых людей. Для решения этих проблем, необходимо организовать перед проведением исследования полное разъяснение сути и цели исследования участникам; письменное согласие исследуемых в юридически значимой форме; соблюдение принципов гуманности и экологичности цели и содержания исследований; введение в группу ученых междисциплинарных координаторов, чья цель – информированность коллектива о междисциплинарных вопросах и снятие терминологического барьера. С точки зрения использования результатов нейрофизиологических исследований, самой большой проблемой является крайняя сложность (невозможность) контролировать направления использования результатов исследований. Для решения данной проблемы необходима соответствующая юридическая основа, которая обяжет работодателей соблюдать этические нормы и принципы. Таким образом, основные способы обеспечить соблюдение принципов научной этики – это расширение соответствующей юридической базы для защиты прав и свобод человека как в процессе проведения исследования, так и в рамках реализации результатов проведенных исследований.

Современная наука должна развиваться в соответствии с требованиями общества и этики. Обеспечение соблюдения этических норм позволит науке как укреплять свою положительную репутацию в социуме, так и продолжать устойчивое поступательное развитие, получение новых фундаментальных и прикладных знаний.

**СТЕЙКХОЛДЕР-МЕНЕДЖМЕНТ В СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЯХ:
ПРОБЛЕМА ПРОТЕСТНЫХ ИНИЦИАТИВНЫХ ГРУПП
МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ**

**STAKEHOLDER MANAGEMENT IN MODERN COMPANIES: PROBLEM OF
PROTEST INITIATIVES OF LOCAL COMMUNITIES GROUPS**

**Белусов К.Ю.,
Belousov K.Y.,
к.э.н., ассистент СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: k.belousov@spbu.ru**

Ключевые слова:

Стратегическое управление, корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, корпоративная устойчивость, устойчивое развитие компании, стейкхолдер-менеджмент

Keywords:

Strategic management, corporate social responsibility, sustainable development, corporate sustainability, sustainable development of the company, stakeholder management

Современные компании, связанные с промышленностью, производством, строительством и прочей деятельностью, прямо или косвенно направленной на трансформацию окружающей среды местных сообществ, нередко сталкиваются с проблемой возникновения инициативных протестных групп. Местные сообщества в плане возникновения протестных инициатив являются одними из самых сложных заинтересованных сторон, поскольку их, как правило, прямо или косвенно затрагивает деятельность компании или осуществляемый ею проект. Вовлеченность местных стейкхолдеров по методологии Менделоу также оказывается высока: степень их заинтересованности значительна, влияние существенно. Географическая и социальная причастность упрощает возможность влияния протестных групп из местных сообществ на результаты деятельности компании или реализацию проекта.

Как правило, активность данных объединений представляет серьезную опасность, как для реализации конкретного проекта, так и для репутационного капитала и финансовой устойчивости компании. Первой классической ошибкой в области управления отношениями с заинтересованными сторонами является попытка каким-то образом ликвидировать, отстранить от участия в проекте или дискредитировать протестные

группы. Второй ошибкой, которая часто сопровождает и дополняет первую, является попытка реализовать намеченные цели за счет корпоративного лоббизма и связей. Оба этих пути сами по себе способны только усугубить ситуацию и привести к провалу проекта.

Борьба с протестными инициативными группами оказывается эффективна только в одном случае – если она осуществляется, с одной стороны, за счет расширения числа сторонников реализации проекта (как из числа самой ПИГ, так и из числа неопределившихся стейкхолдеров) и, с другой стороны, стратегии, направленной на предотвращение эскалации протестной активности. Получить расположение большего числа заинтересованных лиц можно за счет мероприятий, направленных на: повышение доверия к компании; стейкхолдерские двухсторонние коммуникации, агитационного свойства; информирование местных сообществ о преимуществах проекта.

Повышение доверия к компании представляет собой сложную задачу, достижение которой связано с реализацией комплекса мероприятий, демонстрирующих: признание проекта независимыми специалистами; поддержку проекта органами власти; принятие ответственности за проект компанией; готовность к открытому диалогу; соблюдение международных стандартов; эффективность управления компанией и реализуемым ей проектом. Стейкхолдерские двухсторонние коммуникации ориентированы на два основных направления: агитацию в социальных сетях и социальную деятельность с широким информационным освещением. Компания должна демонстрировать определенную степень информационной открытости, не ставящую под угрозу распространение конфиденциальной информации или документов, представляющих коммерческую тайну.

Информирование местных сообществ должно показать, что компания преследует принципы открытости и готовности к коммуникациям. Мероприятия в данной области не могут ограничиваться только публикациями в региональных СМИ и тематических группах в социальных сетях – они должны быть дополнены прямыми встречами с заинтересованными сторонами. Последнее крайне важно, поскольку общественные слушания, круглые столы и встречи позволяют прочувствовать настроение представителей местных сообществ; понять, в чем заключаются их наиболее существенные опасения; показать готовность к диалогу и повысить доверие к ней; попытаться без посредников продемонстрировать позицию компании по ключевым вопросам. Прямые встречи практически никогда не игнорируются активными членами протестных групп.

Борьба с активностью протестных групп местных сообществ представляет собой систему, направленную на две задачи: снижение уровня напряженности; прогнозирование развития событий; предотвращение активности, направленной против компании или ее проекта. Снижение уровня напряженности может достигаться за счет множества мероприятий, самым эффективным из которых является вовлечение членов протестных инициативных групп в совместную деятельность: создание советов, комитетов, групп общественного мониторинга и т.д. Подобные объединения выполняют две функции: они формируют большее доверие местного сообщества к компании, показывая ее открытость и готовность к диалогу, одновременно с этим фокусируя внимание активистов на отдельных проблемах проекта, отвлекая их от протестной деятельности в пользу конструктивной.

Прогнозирование событий выполняется на основе постоянного мониторинга ключевых заинтересованных лиц и их активности. Особо эффективным способом получения информации в настоящее время является регулярный анализ сообществ в социальных сетях, которые, как правило, создаются инициативными группами, действующими против компании или ее конкретного проекта, с целью общения. Анализ инсайдерской информации крайне важен, поскольку, во-первых, он позволяет предвидеть планируемые акции, провокации или действия, и, во-вторых – заблаговременно спланировать реакцию со стороны компании, ее руководства и профильных структур. Предотвращение активности, направленной против компании или ее проекта, в зависимости от природы и легальности может быть реализовано как за счет socialmedia-технологий в социальных сетях, так и за счет привлечения правоохранительных органов.

Важным аспектом управления проблемными заинтересованными сторонами остается SWOT-анализ проекта с позиции его уязвимости перед требованиями и действиями инициативных групп. Компании необходимо проанализировать и ранжировать ключевые запросы активистов местного сообщества, сопоставив их с результатами SWOT-анализа. Только после этого на основе всей полученной информации может быть составлен план взаимодействия с заинтересованными сторонами компании, содержащий перечень конкретных мероприятий, направленных на решение проблемы инициативных групп местных сообществ.

ИНТЕРНЕТ И БИЗНЕС-МОДЕЛИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

INTERNET AND BUSINESS MODELS IN FASHION INDUSTRY

Макарова М.А.,

Makarova M.A.,

к.э.н., PhD (менеджмент),

ассистент, Католический Университет,

Милан, Италия,

e-mail: mascia_makarova@yahoo.it

Ключевые слова:

Бизнес-модель, индустрия моды, интернет стратегия

Keywords:

Business model, fashion industry, internet strategy

Индустрия моды существовала, следуя сложившейся логике, до 70-х годов XX века. Первым звонком предстоящих перемен стало начало процесса глобализации, а за последние 20 лет произошли революционные изменения в индустрии, которые существенно изменили конкурентную среду, поставив компании в условия выживания¹. Стали закрываться производства в странах, где социальный уровень и, следовательно, уровень оплаты труда требовал больших вложений, и предпочтения отдавались странам, где экономия на оплате труда и налогах позволяла значительно повысить прибыль. Феномен fast-fashion или быстрой моды, основателем которого и наиболее ярким представителем на сегодня является компания Zara, способствовал изменениям в ожиданиях и предпочтениях клиентов. Однако то, что наиболее кардинальным образом сказалось на индустрии моды, стало развитие интернета и упрощенные системы онлайн оплаты.

Развитие интернета поставила многие компании перед непростым выбором интернет стратегии. Многие компании в традиционных индустриях оказались не способными быстро реагировать на изменения. Индустрия моды не стала исключением, и такие компании как Yoox оказались способными получать прибыли там, где компании производители еще сомневались в возможностях интернет канала.

Проблема определения интернет стратегии возникает у компаний, которые вели бизнес с момента основания не в интернете. И хотя в необходимости быть представленными в интернете у компаний в сфере модной индустрии сомнений не возникает, вопрос о том, как это лучше сделать, как контролировать затраты и получить лучший результат, оказывается достаточно сложным. Для определения отношения к тому, как

¹ Djelic, M.L., Ainamo, A., (1999) The co-evolution of new organizational forms in the fashion industry: a historical and comparative study of France, Italy and the United States. *Organization Science*, Vol.10, N.5, p.622-637; Montagné Villette, S., Hardill, I. (2010) Paris and fashion: reflections on the role of the Parisian fashion industry in the cultural economy. *International Journal of Sociology and Social Policy*. Vol.30, N.9/10, p.461-471; Nueno, J.L., Quelch, J.(1998) The mass marketing of luxury. *Business Horizons*, Vol.41, n.6, p.61-68.

компания видит себя в интернет пространстве, и что является основным приоритетом в интернет стратегии, были проведены интервью. На сегодняшний момент в исследовании участвовали 9 итальянских компаний, подобранные заранее с учетом возможности охватить наиболее разные реалии и проверить наличие закономерностей, связанных, прежде всего с индустрией моды в целом. Единственной общей характеристикой, помимо индустрии, является численность сотрудников до 100 человек. Продолжительность интервью по общему количеству времени записанных переговоров варьировалась от 1,5 до 6 часов.

Все участники исследования показали обеспокоенность выбором интернет стратегии. Исследование показало существование двух основных подходов к пониманию интернет стратегии. Первый подход заключается в том, чтобы определять интернет стратегию как функциональную составляющую более общей бизнес стратегии. Подобный подход является наиболее распространенным среди компаний, традиционно ведущих свой бизнес off-line, как подтверждает литература¹. Опрошенные компании, выбирающие этот вариант, указывают на интернет как дополнение, которое должно быть, поскольку все в интернете², но не выделяют развитие интернет стратегии как отдельное важное направление деятельности. Выбор первого подхода отражается на представлении бизнес модели, где интернет может быть указан в каналах получения доходов, например в случае продаж через сайт; или во взаимоотношении с клиентами и партнерами, например в случае размещения информации о продукции. Компании первой группы принимают осознанное решение не отделять интернет стратегию в приоритетное направление.

На основе интервью выделен второй подход, который предполагает необходимость определения отдельной стратегии для развития через интернет. Руководители компаний, входящих во вторую группу, активно подтверждают интернет стратегию как отдельную стратегию, зачастую настаивая на приоритете развития этого направления. Но анализ интервью показывает, что если компания выбирает второй подход, ее интернет стратегия формирует практически отдельную бизнес модель. Таким образом, создание отдельной бизнес модели для интернет-стратегии оказывается чаще результатом действий, но не заранее принятого плана.

¹ Bharadwaj, A., El Sawy, O.A., Pavlou, P.A. (2013) Digital business strategy: towards a next generation of insights. MIS Quarterly, Vol. 37, N.2, p.471-482.

² из интервью.

Популярность концепции бизнес модели тесно связана с распространением интернета, и с теми немислимыми доходами¹, которые новые интернет компании смогли получить. Однако компании, созданные не в интернете, также сталкиваются с необходимостью выстраивания оптимальной интернет стратегии. Проведенное исследование показало, что в индустрии моды можно выделить два подхода, основанных на том, определяется ли интернет стратегия как отдельное приоритетное направление, либо нет. Не смотря на видимость двух вариантов решений, именно компании определяющие интернет стратегию как одно из приоритетных направлений, оказываются перед сложным вопросом, каким образом интернет стратегия будет реализована. Первые результаты исследования подтверждают, что наиболее оптимальные результаты получают компании, где интернет стратегия частично планируется и выстраивается через элементы отдельной бизнес модели.

ПРИМЕНЕНИЕ ФЬЮЧЕРСА ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМАТИКЕ В ШКОЛАХ ЗАПОЛЯРЬЯ ЯКУТИИ

APPLICATION OF FUTURES TO IMPROVE TEACHING TECHNOLOGIES OF INFORMATICS AT SCHOOLS OF THE POLAR YAKUTIA

**Мельников Д.В.,
Melnikov D.V.,**

к.э.н., учитель английского языка,

Усть-Куйгинская средняя общеобразовательная школа,

Усть-Куйга, Якутия,

e-mail: sward_1962@mail.ru

Ключевые слова:

Фьючерс, зимник, навигация, заполярная Якутия

Keywords:

Futures, winter road, navigation, polar Yakut

Фьючерс (Future) - это сделка, которую оплачивает импортер (потребитель) экспортеру (поставщику) заблаговременно до самого факта поставки товара (груза). Как правило, эта оплата идет за 1, 3, 6 и 9 месяцев до факта поставки товара (груза) экспортером (поставщиком) импортеру (покупателю). Экспортер (поставщик) и импортер (самостоятельно) устанавливают валютный курс для этой сделки.

Фьючерсы очень полезны для закупки информационного и компьютерного оборудования для тех школ Якутии, которые расположены в заполярье, т.е. за широтой

¹ Amit, R., and Zott.C., (2001) Value creation in E-business. Strategic Management Journal. Special Strategic Management Journal, Special Issue: Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation, Vol. 22, pp.493-520, June - July.

66,50 восточного полушария. В основном, эти школы находятся в Усть-Янском, Среднеколымском и Верхнеколымском районах (улусах) Якутии.

В настоящее время обновление информационно-компьютерного оборудования в соответствии с мировыми стандартами в основном происходит в течение 6-9 месяцев. Организационно и технически доказано, что работа на современном оборудовании повышает квалификацию учителя информатики, и, в определенной степени мотивирует учащихся к изучению дисциплины информатика.

Для того чтобы доставить современное информационное и компьютерное оборудование в заполярные школы Якутии необходимо применить фьючерсную цену. При этом самым оптимальным фьючерсом будет фьючерс на 6 месяцев, который позволяет рассчитать логистику поставок компьютерного и информационного оборудования для школ якутского заполярья, а также выбрать это оборудование у его поставщика (экспортера), исходя из позиции marketing-mix (т.е. соотношение цена - качество).

Самое важное в этом фьючерсе – это расчет логистики данного оборудования. Эта логистика включает два маршрута. Первый маршрут имеет общероссийское значение. Он предполагает доставку информационного и компьютерного оборудования от Москвы и Санкт-Петербурга, т.е. наших главных российских таможенных и логистических центров до Якутска. Сам же Якутск является не только столицей республики Саха (Якутия), но и основным логистическим центром Якутии. Именно в Якутске сконцентрирована и водная логистика, поскольку речной порт Якутск является ведущим речным портом в Ленском речном бассейне и автомобильная логистика.

Навигация в Ленском речном бассейне открывается в конце апреля и завершается в первой декаде сентября и в среднем составляет 123 -116 суток. Важно при этом отметить, что благодаря автомагистрали Якутск - Новосибирск - Москва и, соответственно, Якутск - Новосибирск - Санкт- Петербург, доставка данного оборудования из Москвы и Санкт-Петербурга до Якутска происходит круглогодично.

Второй маршрут – это внутренняя республиканская логистика. Здесь также доставка информационного и компьютерного оборудования до заполярных якутских поселков и наслегов¹ идет речным и автомобильным транспортом, но имеет другие сроки прохождения.

¹ Наслег - это населенный пункт в Якутии, где доминирует титульная нация - Якуты, а также коренные малочисленные народы Крайнего Севера, проживающие в Якутии - юкагиры, эвенки и тунгусы.

Навигация в верхнем Ленском речном бассейне, а также в Янском и в Колымском речном бассейне в силу природно-климатического фактора сокращается на 15-11 суток, и таким образом, она составляет 108-105 суток.

Если говорить о доставке в якутское заполярье компьютерного и информационного груза автомобильным транспортом, то эта доставка возможна лишь в период зимника.

В заполярных улусах (районах) Якутии зимник длится со второй декады декабря по вторую декаду апреля, т.е., в среднем, он составляет 110-115 суток.

Наконец, следует сказать, что сама процедура фьючерса предполагает транзакционные издержки (transact costs), связанные с ним. Транзакционные издержки - это издержки, касающиеся деловых переговоров и оформления фьючерса. Процедура этих издержек, в среднем, составляет 60-65 суток.

В итоге, с учетом транзакционных издержек и логистического времени, общий временной режим необходимый для оформления и доставки информационного и компьютерного оборудования для школ заполярной Якутии составляет, в среднем, 176,5 суток. Данный временной интервал вполне приемлем для проведения 6-ти месячного фьючерса с целью доставки в заполярные школы Якутии информационного и компьютерного оборудования, которое не будет иметь моральное техническое старение.

**ПРОБЛЕМА РАЗРАБОТКИ МОДЕЛИ ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
ДЛЯ СОГЛАСОВАНИЯ ИНТЕРЕСОВ СТЕЙКХОЛДЕРОВ НА РЫНКЕ
ЭНЕРГЕТИКИ И ЖКХ**

**PROBLEM OF DEVELOPING A MODEL OF TARIFF REGULATION TO
ALIGN THE INTERESTS OF STAKEHOLDERS IN THE ENERGY AND
HOUSING MARKET**

Попов Н.В.,

Popov N.V.,

*Комитет экономического развития и инвестиционной
деятельности Ленинградской области,*

Санкт-Петербург,

e-mail: nv_popov@lenreg.ru,

Научный руководитель:

Маленков Ю.А.,

д.э.н., профессор СПбГУ

Ключевые слова:

Устойчивость предприятий, тарифное регулирование, региональная экономика, цифровизация, энергетика, ЖКХ, модель тарифного регулирования

Keywords:

Enterprises sustainability, tariff regulation, regional economy, digitalization, energy sector, housing sector, model of tariff regulation

Тарифные решения органов регулирования являются инструментом арбитража интересов всех участников рынка коммунальных услуг – производителей, потребителей и бюджета региона. Все три группы стейкхолдеров имеют разнонаправленность интересов:

- потребители услуг заинтересованы в снижении стоимости коммунальных услуг;
- производители услуг (ресурсоснабжающие организации) заинтересованы в их росте;
- бюджет региона как источник покрытия разницы между льготными тарифами для населения и экономически обоснованными тарифами также заинтересован в их снижении с одновременным соблюдением условия жизнеспособности предприятий коммунального рынка.

В связи с такой противоречивостью целей тарифного регулирования задача по нахождению оптимальности решений представляется нетривиальной и труднодостижимой. Задача соблюдения баланса интересов с помощью тарифных решений представляется еще более трудной ввиду отсутствия единых и количественно оценимых параметров этой оптимальности.

Регулятор, безусловно, являясь частью регионального Правительства, руководствуется в первую очередь соблюдением интереса бюджетных ограничений. Ввиду этого, количественную оценку достижения баланса интересов можно свести к следующим условиям:

1. Соответствие планируемых тарифных решений утвержденному (прогнозному) предельному индексу платы граждан за коммунальные услуги;

2. Оптимизация бюджетных расходов на субсидии потребителям и ресурсоснабжающим организациям, связанным с превышением предельного индекса платы граждан за коммунальные услуги и установлением льготных тарифов на ресурсы для населения.

Основываясь на этих условиях, задача соблюдения баланса интересов представляется достижимой. Основным условием достижения целевого показателя является его предикативность. В этой связи появляется потребность в среднесрочном планировании как тарифов ресурсоснабжающих организаций, так и межтарифной разницы, выплачиваемой из бюджета региона поставщикам услуг (разницы между льготными тарифами для населения и экономически обоснованными тарифами).

С учетом большого массива данных, поступающего в адрес регулятора, а также динамичности его изменений в течение регулируемого периода, оперативное моделирование тарифов на перспективу 3-5 лет трудоемко и занимает значительное время. С целью оперативного решения данной задачи назрела необходимость использования цифровых решений, которые способны решить проблему оперативной обработки и агрегирования большого массива данных. Схему работы модели тарифного регулирования можно описать следующим образом. При установлении тарифов по каждой организации существует калькуляция, в которой отражены все значения расходов и объёмов отпускаемого ресурса потребителям. Данные значения по всем регулируемым организациям должны попадать в модель, где с помощью технологий обработки данных они должны суммироваться с достаточной детализацией для дальнейшего построения прогнозных сценариев. В свою очередь построение сценариев тарифного регулирования должно опираться на социально-экономический прогноз развития региона. Например, чтобы корректно спрогнозировать динамику полезного отпуска ресурса нужно учитывать плановую динамику ввода новых жилых домов и миграции населения (увеличение/снижение количества потребителей ресурса). Путем учета динамики будущих цен на топливно-энергетические ресурсы, прогнозного уровня оплаты труда работников

сферы ЖКХ, будут строиться прогнозные значения расходов ресурсоснабжающих организаций.

С целью всестороннего прогнозирования тарифов на среднесрочную перспективу необходимо, чтобы данное цифровое решение учитывало потребности моделирования тарифов по следующим параметрам (рисунок 1)¹:



Рисунок 1. Необходимые параметры моделирования тарифных решений

Моделирование по данным параметрам позволит регулятору получить необходимую информацию для корректного принятия управленческих решений, учитывая вышеперечисленные интересы 3-х заинтересованных сторон:

- целевой уровень межтарифной разницы (бюджет субъекта);
- экономически обоснованный уровень тарифа, обеспечивающий устойчивость ресурсоснабжающей организации;
- доступность стоимости ресурсов для потребителей.

В целом модель тарифного регулирования даёт следующие результаты:

1. Позволяет на основе социально-экономического прогноза развития региона строить сценарии тарифной политики;
2. Повышает уровень компетенций сотрудников;
3. Ускоряет процесс анализа данных для принятия управленческих решений.

¹ Представленные параметры являются составляющими тарифного решения. В частности, под НВВ понимается необходимая валовая выручка предприятий, утверждаемая регулятором. Необходимая валовая выручка состоит из операционных, неподконтрольных расходов, расходов на энергоресурсы, нормативной и расчётно-предпринимательской прибыли. Так как величина НВВ на период регулирования является плановой, то при регулировании учитываются данные по итогам отклонения фактических результатов за период n-2.

Внедрение модели тарифного регулирования позволяет реализовать взвешенную и прозрачную тарифную политику на среднесрочную перспективу; дает возможность выработать оптимальный сценарий развития регулируемых рынков с учётом целевого уровня межтарифной разницы, обеспечения устойчивости участников рынка и соблюдения доступности жизненно важных услуг для потребителей.

ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

FINANCIAL STRATEGY IN THE ENTERPRISE COMPETITIVENESS MANAGEMENT SYSTEM

**Беляева Е.В.,
Belyaeva E.V.,**

*старший преподаватель, Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк, Украина,
e-mail: katrin-april@rambler.ru*

Ключевые слова:

Стратегическое управление, финансовая стратегия, элементы финансовой стратегии, задачи финансовой стратегии, конкурентные преимущества, конкурентоспособность

Keywords:

Strategic management, financial strategy, elements of financial strategy, financial strategy objectives, competitive advantages, competitiveness

В системе стратегического управления предприятия ключевую роль играет финансовая стратегия. Она обеспечивает стабильный экономический рост предприятия и высокий уровень его конкурентоспособности в долгосрочном периоде путем эффективного управления финансовыми ресурсами.

Финансовая стратегия выступает одним из важнейших видов функциональной стратегии предприятия. С ее помощью определяется финансовый потенциал предприятия, реализуется выбранная модель финансовых отношений субъекта хозяйствования, осуществляются инвестиционные возможности и открываются внутренние резервы развития. Адекватная и оригинальная финансовая стратегия позволяет предприятию обойти своих конкурентов на рынке, предложить уникальную продукцию или услугу, характеризующуюся нестандартным набором конкурентных преимуществ.

При разработке финансовой стратегии важно учитывать состояние экономики и социальной среды, изменения конъюнктуры товарных и финансовых рынков, и многие другие факторы для своевременной корректировки направлений формирования и использования финансовых ресурсов предприятия. Важно также учитывать глобальные

задачи развития предприятия, прогнозировать основные тенденции развития его финансовых отношений.

Финансовая стратегия направлена на все основные сферы финансовой деятельности субъекта хозяйствования, от формирования и привлечения финансовых ресурсов до определения возможных направлений их использования, что, в конечном счете, влечет за собой увеличение инвестиционной привлекательности предприятия и благосостояния ее собственников¹.

Финансовая стратегия предприятия является составной частью его финансовой политики и предназначена для осуществления основных функций и задач.

При этом в задачи финансовой стратегии входят:

1. Разработка альтернативных вариантов привлечения финансовых ресурсов и действий финансового менеджмента в случае ухудшения финансового состояния предприятия.

2. Выстраивание финансовых взаимоотношений с контрагентами, налоговыми органами, кредитными организациями, другими финансовыми институтами.

3. Выбор эффективных направлений реального и финансового инвестирования хозяйствующего субъекта.

4. Оценка долгосрочных финансовых целей конкурирующих фирм, их экономического и финансового потенциала, разработка и реализация действий по обеспечению и сохранению финансовой устойчивости.

5. Разработка и использование антикризисных финансовых инструментов и т.п.²

Поскольку финансовая стратегия представляет собой долгосрочную финансовую политику предприятия, то она предполагает выбор альтернативных путей его развития, в соответствии с которыми принимаются тактические и оперативные управленческие решения.

В зависимости от субъектной направленности в решении стратегических задач могут быть использованы два основных вида стратегий: портфельная, направленная на решение внутри объектных задач урегулирования портфелей, и конкурентная, обращенная на решение внешне объектной задачи удержания конкурентоспособности на рынке.

Ключевыми составляющими финансовой стратегии предприятия должны стать:

¹ Шилов А.П. Финансы предприятий: учебное пособие / А.П. Шилов – Москва: Альфа-Пресс, 2014.

² О.А. Рябова, Е.Г. Моисеева. Функции финансовой стратегии //Приволжский научный вестник. - №12-3 (40). – 2014. – с.129-131.

- стратегия формирования финансовых ресурсов;
- инновационная стратегия;
- стратегия повышения качества управления финансовой деятельностью;
- стратегия обеспечения финансовой безопасности.

Четко обозначенные стратегические цели каждой из вышеуказанных стратегий позволяют руководству субъекта хозяйствования увидеть желаемые параметры его конечной стратегической финансовой позиции и эффективно направить финансовую деятельность в долгосрочной перспективе с целью маневрирования для достижения преимущества над конкурентами. В дальнейшем оценивать эффективность достигнутых результатов и делать правильный выбор направлений финансовых действий для устранения угроз со стороны конкурентов.

Таким образом, разрабатываемая финансовая стратегия предприятия позволит своевременно приспособить его финансовую деятельность к возможным кардинальным этапам развития в будущем.

Финансовая стратегия выступает механизмом реализации, как общих долгосрочных стратегических целей предприятия, так и отдельных финансовых целей. Она позволяет реально оценивать финансовые возможности предприятия за счет максимального использования его внутреннего финансового потенциала.

Финансовая стратегия позволяет активно маневрировать финансовыми ресурсами, что способствует быстрой реализации новых перспективных инвестиционных возможностей предприятия.

Кроме того, финансовая стратегия дает возможность показать конкурентные преимущества предприятия в сравнении с конкурентами.

Грамотно разработанная финансовая стратегия обеспечит реализацию соответствующего менталитета финансового поведения в наиболее важных стратегических финансовых решениях предприятия.

Таким образом, четкое соблюдение принципов стратегического планирования, следование теоретическим основам формирования финансовой стратегии позволят повысить устойчивость и долгосрочную финансовую конкурентоспособность предприятия в условиях динамичной внешней среды.

**АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**CURRENT APPROACHES TO THE FORMATION OF THE IMAGE OF
EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION**

**Иванова Ю.О.,
Ivanova Yu.O.,**

*заместитель декана по учебной и воспитательной работе,
старший преподаватель, Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации,*

Москва,

e-mail: yuoivanova@fa.ru

Ключевые слова:

Имидж, образовательная организация высшего образования, конкурентное преимущество, целевая аудитория, фактор привлекательности, престиж, качество

Keywords:

Image, educational institution of higher education, competitive advantage, target audience, attractiveness factor, prestige, quality

Интеграция российского высшего образования в международную среду обострила существовавшую на национальном рынке конкуренцию и актуализировала вопросы будущности и престижности российского образования. У образовательных организаций высшего образования (далее – ООВО) возникает необходимость успешного позиционирования на международном и внутреннем рынках и поиска путей повышения их привлекательности.

В последние годы на деятельность российских ООВО повлияло реформирование системы образования, глобализация, неблагоприятная демографическая ситуация, что повлекло за собой рост конкуренции не только на внутреннем, но и на международном рынке образовательных услуг. В связи с этим, российским ООВО необходимо обеспечивать рост привлекательности и популярности среди абитуриентов, студентов, профессорско-преподавательского состава, работодателей и инвесторов не только методами повышения качества и результативности учебного процесса и научного потенциала, но и формированием привлекательного имиджа с использованием современных маркетинговых инструментов.

Имиджевые вопросы являются актуальными «не только для отдельно взятых государственных и негосударственных вузов, но и для всей системы высшего образования России».¹ Учитывая, что на формирование имиджа влияют как внутренние, так и внешние многочисленные факторы, важно иметь научно-методические основы созда-

¹ Фими́на, М.А. Имидж вуза как составляющая системы образования / М.А. Фими́на // Актуальные задачи педагогики: материалы междунар. заоч. науч. конф. г. Чита, декабрь 2011 г. – Чита: Издательство Молодой ученый, 2011. – С. 68-72.

ния и развития имиджа ООВО. Соперничество за абитуриентов, студентов и ресурсы на основе позитивного имиджа обеспечит конкурентоспособность ООВО.

Формирование имиджа образовательной организации высшего образования является процессом, в ходе которого на основе имеющихся ресурсов создается определенный спланированный образ. Имидж значительно влияет на спрос на образовательные услуги конкретного вуза. Так, по результатам исследования Ефимовой И.Н., имидж университета важен для 67% абитуриентов.¹ Осознавая значимость имиджа как элемента конкурентоспособности, современные российские вузы активно работают над его формированием и укреплением.

Актуальность имиджа образовательной организации связана с мнением всех заинтересованных сторон. Имидж находится в прямой зависимости от взаимоотношений образовательной организации с заинтересованными лицами, которые по-разному могут интерпретировать поступающую об университете информацию:

- ожидаемая ценность включает в себя полезность, применимость, качество и социальную важность получаемого образования,
- практическая ценность относится к престижу получаемой профессии, к возможности трудоустройства государственных структурах, известных компаниях и за рубежом,
- возможности, обстоятельства и потребности, в соответствии с которыми делается выбор образовательной организации (наличие времени, финансовых средств, географический признак и личные интересы).

Согласно Парамесваран П.², университеты должны создавать и развивать привлекательный имидж для получения конкурентного преимущества:

- изучать различные факторы, способствующие формированию имиджа университета,
- анализировать восприятие ООВО целевыми аудиториями в настоящее время и сравнивать со значениями «как должно быть»,
- изучать влияние сложившегося имиджа на степень доверия к ООВО.

Определить все факторы, влияющие на формирование имиджа университета, достаточно сложно, поскольку разные целевые группы реагируют на разные комбина-

¹ Ефимова, И.Н. Социологический анализ рынка образовательных услуг с целью выявления мотивации абитуриентов 2011 года при выборе вуза / И.Н. Ефимова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. - 2012. - №4. - С. 19-25.

² Parameswaran, R. University image: An information processing perspective / R. Parameswaran, A. Glowacka // Journal of Marketing for Higher Education. - 1995. - 6(2). - P. 41-56.

ции этих факторов. Как отмечает ряд авторов, даже в случае идентификации всех факторов трудно определить, как они будут взаимодействовать друг с другом.

На международном рынке, где студенты рассматриваются как клиенты, университеты должны реализовывать маркетинговые стратегии (брендинг, позиционирование), чтобы улучшить свой имидж. Положительный имидж влияет на объем зачисления студентов, долю рынка и доходы университета. Таким образом, создание, распространение информации на международном рынке и ответственность за нее улучшают международный имидж университета. Международный имидж и репутация образовательного учреждения тесно связаны с понятием экспорта национальной системы образования, реализуемого через каждый отдельно взятый вуз.

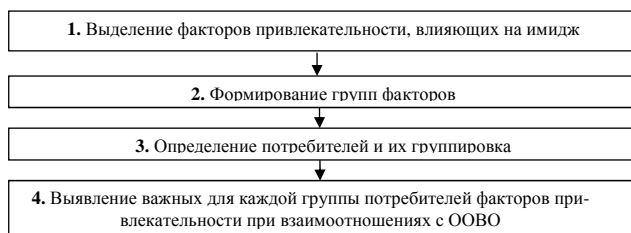


Рисунок 1 - Последовательность определения факторов привлекательности ООВО¹

Анализ трудов ученых и практиков выявил широкий спектр мнений в отношении факторов привлекательности, оказывающих влияние на формирование имиджа. Обобщение существующих подходов позволило разработать и представить на рисунке 1 последовательность определения для потребителей образовательных услуг факторов привлекательности рейтинговых образовательных организаций высшего образования.

Положительный имидж образовательной организации подразумевает внимание к принципам его формирования и факторам привлекательности. В теории поддерживается идея, что положительный имидж удерживает сотрудников, в случае со студентами – они выбирают для получения всех уровней образования один и тот же вуз. Если университет, даже самый престижный и известный в стране, не уделяет должного внимания поддержанию своего имиджа, особенно среди студентов, это может спровоцировать отток целевых потребителей.

¹ Иванова, Ю.О. Позитивный имидж рейтинговых образовательных организаций высшего образования и факторы их привлекательности [Электронный ресурс] / Ю.О. Иванова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. - 2016. - № (89) УЭКС, 7/2016 - Режим доступа: <http://www.uecs.ru/marketing/item/4014-2016-07-12-07-22-21> (Дата обращения: 12.07.2016).

**ТЕХНОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ
ЭКОНОМИКИ**

**TECHNOLOGY OF MARKETING IN THE ACTIVITY OF NON-PROFIT
EDUCATIONAL ORGANIZATIONS UNDER THE CONDITIONS OF SOCIETY
DIGITALIZATION**

**Иванченко В.Я.,
Ivanchenko V.Y.,
старший преподаватель, «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»
Донецк, Украина,
e-mail: mtv1689@gmail.com**

Ключевые слова:

Цифровизация, непрерывность процесса обучения, технологии продвинутого обучения, виртуализация, гибридный мир

Keywords:

Digitalization, life-long-learning, advanced-learning technologies, virtualization, hybrid world

Цифровизация уверенно занимает ключевые позиции в мировой экономике. Цифровые трансформации приводят к неотвратимому изменению социально-экономической парадигмы всех сфер. Для успешного функционирования цифровой экономики необходимо наличие инфраструктуры (доступа в Интернет, сети телекоммуникаций). Компании, имеющие традиционные модели и подходы, вскоре станут испытывать трудности, вероятно, просто исчезнут в результате жесткой конкуренции. Возможность вести хозяйственную деятельность через компьютерные сети или заниматься электронной коммерцией (совершать дистрибуцию товаров через Интернет) могут только специалисты, владеющие цифровыми технологиями.

Пока цифровизация экономики с ее долгосрочными последствиями недостаточно изучены, есть необходимость в подготовке специалистов, способных регулировать стремительный процесс преобразований, происходящих в экономике и общественном устройстве. Если изначально цифровизация исчерпывалась распространением Интернета и социальных сетей, мобильной связи и автоматизацией промышленности, то сегодня цифровые технологии проникли в экономику, политику, культуру и образование. Следовательно, идет эволюция экономики знаний, основанная на нематериальном производстве. Определяющими факторами, обеспечивающими ее развитие, выступают

люди, которые, по утверждению Л.В. Шмельковой, адекватны цифровой экономике и владеют цифровыми технологиями, применяя их в профессиональной деятельности¹.

Ученые говорят об информационно-сервисном обществе интенсивного типа развития, но в процессе обучения лишь треть студентов учебных заведений используют электронные или дистанционные образовательные технологии, большая часть которых доступна благодаря негосударственным образовательным учреждениям. В целом процент онлайн обучения на рынке образовательных услуг очень низкий.

В образовании цифровизация нацелена на применение значительных данных о процессе освоения отдельным индивидом определенной дисциплины и во многом автоматической адаптации учебного процесса, что должно обеспечить непрерывность процесса *life-long-learning* (обучение в течение жизни), а также индивидуализации образования на основе *advanced-learning technologies* (технологий продвинутого обучения).

Управление цифровизацией в образовании может осуществляться посредством цифрового маркетинга с применением спектра цифровых каналов коммуникации. Одним из основных вопросов маркетинговой политики следует считать формирование положительного имиджа некоммерческой образовательной организации. При этом технология маркетинга организации направлена на взаимодействие обучающихся с научно-педагогическими работниками и учебно-вспомогательным персоналом. Технологии маркетинга цифровизации включают создание новых цифровых сообществ, создания индивидуальных образовательных маршрутов, внедрение инновационных технологий обучения и разработку образовательных технологий и методик с использованием ИТ и персонализированных маркетинговых материалов для целевых аудиторий, использование «цифровых экспертов» и квантовых вычислений. Все это ускорит процесс модернизации образования.

Кроме того, роль образовательных организаций состоит в том, чтобы обеспечить цифровую экономику необходимыми образовательными и исследовательскими программами и кадрами². Практика онлайн курсов и смешанного обучения создает безграничные образовательные возможности, ориентирует на повышение качества образования, независимо от места нахождения, но в соответствии с кругозором и возможностями обучающихся.

¹ Исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://edmarket.digital/> (дата обращения: 15.09.2019).

² Н.В. Днепровская. Оценка готовности российского высшего образования к цифровой экономике. // Статистика и экономика. Т. 15. № 4. 2018. – С. 17-24.

Цифровизация пространства ведет к образованию гибридного мира, который образуется путем слияния реального и виртуального миров, являющихся взаимозависимыми, и по одному из них, по утверждению А.В. Кешелава¹, можно установить личность. Гибридный мир повышает эффективность информационно-коммуникационных технологий при условии доступной цифровой инфраструктуры.

Цифровизация ведет к изменениям на рынке труда, к выявлению потребностей в формировании новых компетенций населения. Доступность информации потребует постоянного поиска и выбора информации, значительных скоростей ее обработки с помощью неограниченных информационных ресурсов. Технологии виртуальной реальности создают возможность применения цифровых тренажеров, не привязанных к месту, что дает преимущество в выборе. Технологии мобильного обучения позволяют учиться в любое время и в любом месте.

Сфера образования отстает от производственной сферы в практическом использовании маркетинга. Цифровизация позволяет быстрее и качественнее добывать и доставлять разнообразную информацию. Предлагаемый продукт может быть практически мгновенно доработан под новые ожидания или потребности потребителя.

Таким образом, маркетинг некоммерческой образовательной организации в условиях цифровизации предполагает переход от производственной организации к применению мобильных интернет-технологий, делает горизонты познания бесконечными, формирует компетенции XXI века.

¹ Введение в «Цифровую» экономику / А. В. Кешелава, В. Г. Буданов, В. Ю. Румянцев [и др.] ; под общ. ред. А. В. Кешелава ; гл. «цифр» конс. И. А. Зимненко. – ВНИИ Геосистем, 2017. – 28 с., С. 5-6.

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ДИНАМИКИ
КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЙОНЕ**

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SPATIAL DYNAMICS OF THE CRISIS
PHENOMENA OF LABOR FORCE OF SMALL ENTERPRISES IN THE
NORTH-WESTERN ECONOMIC REGION**

**Минин И.Л.,
Minin I.L.,**
*старший преподаватель НовГУ,
Великий Новгород,
e-mail: Ivan.Minin@novsu.ru*

Ключевые слова:

Динамика спада на рынке труда, математическая модель, пространственное развитие региона, рабочая сила малых предприятий, Северо-западный экономический район

Keyword:

The dynamics of the decline in the labor market, mathematical model, spatial development of the region, the labor force of small enterprises, the North-West economic region

Проблема кадрового обеспечения малых предприятий достаточно востребована в современном российском обществе. Роль трудовых ресурсов в малой организации является достаточно высокой и выходит зачастую на первый план развития субъекта бизнеса, ведь от компетентности, мотивированности и контроля над сотрудниками увеличивается или снижается в конечном итоге финансовая деятельность предпринимателя. Также это важно в том случае, что в отличие от работников средних и крупных предприятий на малом предприятии формируется малая социальная группа, личные ценности намного больше представлены и межличностные связи более крепки, нежели больших группах¹. В связи с определенными особенностями, присущими малым социальным группам, текучесть кадров приводит к значительно большим негативным последствиям для социально-экономического развития, как организации, так и региона в целом.

Для раскрытия темы выберем предмет исследования – динамика трудовых ресурсов северо-западного экономического района. Данная территория является одной из перспективных баз для заимствования, освоения, усвоения и широкое использование в экономике опыта стран Северной Европы в данной области, которые имеют сходные физико-географические параметры развития и могут помочь в создании современного социального предпринимательства. Для рассмотрения будут использованы регионы – части объекта исследования: Вологодская, Калининградская, Ленинградская, Ново-

¹Omarov M.M., Kuznezov Yu.V., Afanaseva E.S. Priority strategic directions for ensuring the growth of the Russian economy. В сб.: The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS CIEDR 2018. Future Academy. 2019. С. 61.

родская и Псковская области. Город федерального значения будет исключен из объектов в связи с аномальными качественными особенностями, присущими крупным мегаполисам и на развитие которых влияет не столько региональный, сколько общероссийский и мировой тренды развития¹.

Для того чтобы с максимальной достоверностью раскрыть развитие трудовых ресурсов малых организаций в районе нужно использовать совокупность методов исследования. Наиболее подходящим методом будет являться трендовый анализ, а также приемы математического анализа. С помощью этих инструментов можно будет раскрыть сущность и состояние предмета.

Временной единицей исследования будет месяц, а временным периодом будет ноябрь 2018 – октябрь 2018. Это будет отражать динамику сезонности численности персонала малых организаций в регионах исследования. Для наглядности тенденций желательно отобразить данные в формате совокупности графиков с направлениями развития явления². Исходя из полученных данных, можно заключить, что изменение в численности трудовых ресурсов имеет циклическую направленность и в результате представлены данные в виде полиномиальных тенденций. Для отображения перемены направления тренда, которое будет указывать на смену экономического цикла и снижение численности задействованной рабочей силы в малых организациях. Если бы был взят больший период измерений, то функция бы приняла тригонометрический вид. В значительном количестве случаев прохождение точки экстремума тренда этого показателя характеризует начало смены тенденций всего рынка труда. Для визуального отображения общей тенденции необходимо использовать аддитивную модель:

$$Y = Y_{во} + Y_{ро} + Y_{ло} + Y_{но} + Y_{по}, \text{ человек.}$$
$$Y = -309,288x^2 + 1208,41x + 561574, \text{ человек}$$

Для определения смены фазы экономического цикла определим производные от полученных функций и найдем значения временного ряда при значении функции равном нулю.

¹ Omarova N.Y., Omarov M.M., Shultsev V.A. Development of public-private Bee.: Managing Service, Education and Knowledge Management in the Knowledge Economic Era - Proceedings of the Annual International Conference on Management and Technology in Knowledge, Service, Tourism and Hospitality, SERVE 2016 4th. 2017. С. 94.

² Статистическая база Федеральной службы по налогам и сборам Министерства финансов РФ: Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства: URL:<https://ofd.nalog.ru/statistics.html?statDate=&level=1&fo=2&ssrf=> [дата обращения: 10.10.2019]

Для более наглядного отображения расчетов и определения динамики развития спада в экономическом районе (кризис является вследствие убывания производной от тренда) отобразим в виде рисунка:

Согласно полученным значениям процесс спада не будет одномоментным во всех регионах сразу, а будет наступать последовательно с территории одного региона на территорию другого. Кризисные явления появятся в первой декаде июля 2018 года в Калининградской области и к концу месяца перейдут в Вологодскую. В начале декабря начнется спад численности работников малых организаций в Ленинградской области и после этого кризисные явления появятся в Псковской области в начале февраля 2019 и дойдут до Новгородской области только к концу февраля. Также определим средне-квадратическое отклонение функции северо-западного экономического района. Эти расчеты нам помогут определить уровень достоверности функции в текущем периоде и возможности ее, используя при прогнозировании и планировании данного социального явления.

Рассматривая полученную информацию можно сказать о том, что функция имеет достаточную точность и будет необходима для определения динамики занятости в малом бизнесе. Данное явление имеет нелинейный характер и в данный момент наблюдается тенденция спада во всем экономическом районе. Она начинается в Калининградской области, где достаточно широко развито малое предпринимательство, а затем движется в Вологодскую и Ленинградскую, и только потом явления спада приходят в регионы с низким уровнем развития по данному направлению – Псковскую и Новгородскую области. Переход к снижению численности работников во всех регионах экономического района был с июля 2018 по конец февраля 2019 года и составил 8 месяцев. Исходя из проведенного исследования, можно заключить, что тенденции спада на всей территории наблюдаются с конца февраля 2019 года. Этот факт может служить началом спада на рынке труда не только малых предприятий, но и затронуть крупных предприятия района.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

FUNCTIONING OF REGIONAL CORPORATIONS: FOREIGN EXPERIENCE

Чимирис Е.С.,
Chimiris E.S.,

ассистент Донецкого национального университета
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк, Украина,
e-mail: chimiris.k@ro.ru

Ключевые слова:

Корпорация, государственная корпорация, Канада, инвестиции, муниципальные финансовые корпорации, региональные корпорации

Keywords:

Corporation, state corporation, Canada, investments, municipal finance corporations, regional corporations

Согласно данным Министерства Промышленности Канады по состоянию на 01.01.2016 года доля корпораций в Канаде занимала 19% от всех предприятий разных организационно-правовых форм. Однако именно благодаря развитию производственных корпораций Канады наблюдается значительное увеличение доли ВВП и занятых в данном секторе¹. Особенность корпоративных образований Канады заключается в наличии территориальных корпоративных образований. Создание таких корпораций преследует решение как государственных, так и региональных задач. Группа данных корпораций носит название «Корона корпораций».

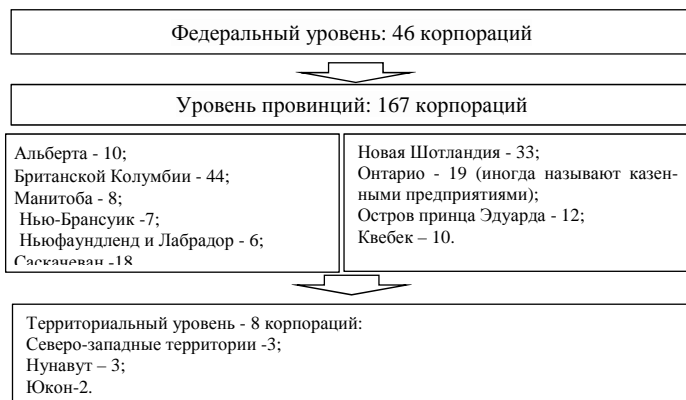


Рис. 1. - Государственные корпорации Канады в разрезе территориальных уровней².

¹ Statistics Canada. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.statcan.gc.ca/eng/nea/gloss/pss>

² Statistics Canada. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.statcan.gc.ca/eng/nea/gloss/pss>

Перечень провинциальных Корона корпораций свидетельствует о разносторонней функциональной специализации государственных корпораций данного территориального уровня. Так, к провинциальным Корона корпорациям в Новой Шотландии относятся такие корпорации, как Художественная галерея новой Шотландии, Комиссия Галифакс-Дартмут Мост, Муниципальная финансовая корпорация (NSMFC), Финансово-Энергетическая Корпорация, Стальная Корпорация, Приливная Энергетическая Корпорация, Торговый Центр Общества.

Рассмотрим подробнее деятельность провинциальных Корона корпораций на примере Муниципальной финансовой корпорации Новой Шотландии (NSMFC). Муниципальная финансовая корпорация Новой Шотландии (NSMFC) создана в 1979 г. Цель создания обеспечение финансирования капитальной инфраструктуры с наименьшими затратами, в пределах приемлемых параметров риска, а также предоставление финансовых консультаций клиентам, содействие ускорению экономического роста в провинции. Объектами инвестиции чаще всего являются объекты инфраструктуры, противопожарное оборудование до оздоровительных центров; объекты, обеспечения чистой питьевой водой; инициативы направленные на улучшение общественной безопасности.

Корпорация предоставляет инвестиции на условиях низких процентных ставок, тем самым экономятся деньги налогоплательщиков. Муниципальная финансовая корпорация Новой Шотландии (NSMFC) предоставляет краткосрочные кредиты муниципалитетам и муниципальным предприятиям, школьным советам и больницам.

Эта программа помогает муниципалитетам получить доступ к краткосрочному финансированию до тех пор, пока они не смогут участвовать в следующем выпуске долговых обязательств; кроме того, это позволяет Корпорации инвестировать и зарабатывать больше процентов в своем резервном фонде.

Полномочия Муниципальной финансовой корпорации Новой Шотландии (NSMFC) соответствуют Закону о муниципальной финансовой корпорации (1979 г.), принятым Законодательным собранием провинции Новая Шотландия, глава 301 Пересмотренного устава Новой Шотландии 1989 года. Законодательным органом для корпорации является Закон о муниципальной финансовой корпорации.

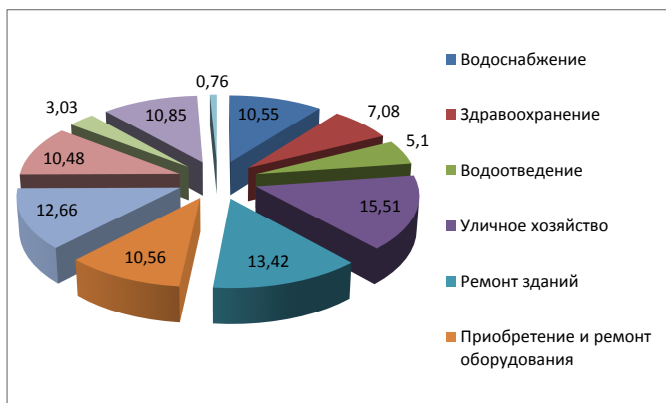


Рис. 2 - Состав инвестиционных программ по целям инвестирования Муниципальной финансовой корпорации Новой Шотландии (NSMFC)¹.

Аккумуляция финансовых ресурсов путем эмиссии объединенных долговых обязательств. Так, в 2018-2019 финансовом году для займов муниципалитетам и муниципальным предприятиям были привлечены благодаря двум размещениям на внутреннем рынке Канады и одному частному размещению в FCM. Общая сумма займов 112,6 млн. долл. США.

Эти два выпуска были размещены в частном порядке в провинции Новая Шотландия, которая приобрела выпуск в размере 52,0 млн. долл. США в мае 2018 года и выпуск в размере 59,6 млн. долл. США в ноябре 2018 года. Процентные ставки варьировались от 2,060% до 3,551%.

Город Оксфорд и город Уэствилл использовали ресурсы Корпорации для реализации 7 основных передовых практик в течение 2018–2019 годов. По состоянию на 31 марта 2019 года в городе Оксфорде были реализованы шесть из семи основных рекомендаций, а в городе Уэствилле - два из семи основных методов.

Подытоживая вышесказанное, можно утверждать, что провинциальные Корона корпорации выполняют разнообразные функции, от некоммерческой деятельности до производства товаров и оказания услуг. Высокий рейтинг Канады в мировых рейтинговых системах обосновывает возможность использования данной институциональной формы в Российской Федерации.

¹ 39th Annual Accountability Report <https://sur.ly/i/nsmfc.ca/>

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПЕРЕХОДЕ К НОВЫМ МОДЕЛЯМ БИЗНЕСА

DIGITAL TECHNOLOGIES IN TRANSITION TO NEW BUSINESS MODELS

**Шпакович Д.К.,
Shpakovich D.K.,**
*преподаватель Национального исследовательского университета
Информационных технологий, механики и оптики (НИУ ИТМО),
Санкт-Петербург,
e-mail: shpakovichd@gmail.com*

Ключевые слова:

Цифровая экономика, технологический уклад, модели бизнеса

Keywords:

Digital economy, technological order, models of business

В настоящее время современная экономика представляет собой предмет растущего интереса как для ученых, так и для практиков. Предназначенная для содействия распространению моделей устойчивого производства и потребления, основанных на переработке ресурсов, парадигма экономики основанной на воспроизводстве ресурсов рассматривается в качестве альтернативы традиционной линейной модели «бери, делай, распоряжайся». Кроме того, в качестве способа устойчивого роста и развития для компаний в отношении экологических и социальных моделей, имеется ряд последствий и для регионального развития. Экономика, направленная на воспроизводство ресурсов имеет более гибкую модель роста, фокусируясь на положительных выгодах для всего общества, путем постепенного распределения экономической активности от потребления ограниченных ресурсов и выработки новых моделей для внедрения бизнеса.

В частности, современная экономика направлена на широкое содействие интеграции в деловую деятельность принципов промышленной экологии, делая упор на модернизацию продуктов и процессов, с целью создания системы способной существовать эффективно и самодостаточно. В такой перспективе фирмы изучают возможности, связанные с использованием и повторным внедрением продуктов и компонентов.

Тем не менее, внедрение переработки в действующих и только еще открывающихся компаниях требует принятия передовых технологических новшеств в сочетании с инновационными человеческими компетенциями. Это требует от предпринимателей и действующих сотрудников предпринимательского подхода для поддержки процесса перехода компаний и отраслей к циклическим моделям переработки и использования. Таким образом, дебаты по «круговой экономике» могут быть основаны также на парадигме технологически ориентированного предпринимательства как основного процесса для превращения знаний в технических областях в ценные и устойчивые инновации.

Сокращение, повторное использование и переработка возникают как три основных принципа «круговой экономики». Эти принципы также связаны с устоявшимися практиками, такими как экологический дизайн, реклассификация материалов, возобновляемость и переработка.

Тем не менее, последнее исследование круговой экономики указывает на поток исследований бизнес-моделей «круговой экономики», которая пытается углубить управленческие практики, которые компании могут применять для разработки или реконфигурации своей бизнес-модели в соответствии с принципами «круговой экономики».

Вышеописанное еще более актуально в настоящее время в контексте цифровой трансформации бизнеса. Действительно, многие цифровые технологии разрастаются, чтобы поддерживать компании, управляющие растущим объемом знаний и информационных потоков, которые собираются и передаются внутри и за пределами границ фирмы, а также повышают производительность процессов, изменяя структуру организационную структуру и активно применяя инновации своей бизнес-модели. В частности, бизнес-аналитика и анализ массивных данных (BigData), интернет вещей, блокчейн и т. д. Так называемые «ключевые стимулирующие технологии», такие как микро и нанoeлектроника, нано-технологии, современные материалы, промышленные биотехнологии и передовые технологии. Активный рост таких технологий в настоящее время вызывают радикальные изменения в промышленности и обществе. Эти технологии характеризуются межотраслевыми профилями применения, что приводит к распространению и быстрому циклу инноваций, новым бизнес-моделям, созданию новых промышленных областей и структурной перестройке существующих, постоянному обновлению компетенций как на индивидуальном, так и на организационном уровне. Таким образом, эти технологии являются многообещающими рычагами для формирования круговорота в стартапах, малых и средних предприятиях и действующих компаниях, а также для поддержки процессов цифровой трансформации и перехода бизнес-модели к парадигме «круговой экономики».

Несмотря на актуальность вышеуказанных вопросов, последствия внедрения цифровых технологий для внедрения циркулярности на уровне как отдельных компаний, так и отраслей все еще серьезно изучаются. В частности, что цифровые технологии могут подразумевать с точки зрения разработки бизнес-модели, управления инновациями в продуктах, процессах, опыте клиентов и организационной конфигурации, а также о том, как ориентированное на технологии предпринимательство может поддер-

живать эффективную реализацию цикличности для действующих и начинающих компаний.

К числу конкретных технологических преимуществ, обусловленных цифровизацией, можно отнести:

- совместное использование информации и отсутствие конкуренции в потреблении знаний и информации, так как использование базы данных или базы знаний одним потребителем не мешает одновременному их использованию другими потребителями;
- аккумулятивное больших объемов данных, осуществление их автоматической переработки и анализа;
- синхронизацию потоков информации, возможность точечного распределения данных в рамках всего бизнеса и, как следствие, — возможность отслеживания большого количества цепочек между поставщиками и потребителями, а также проведения интеллектуальной и точечной аналитики;
- не просто овладение новыми технологиями на прикладном уровне, а переход на осознание потенциала новых инноваций, на создание новых инновационных продуктов, ориентированных на разработку технологического интеллекта (например, по технологиям управления данными);
- переход от бумажных документов к электронным (больничные листы, трудовые книжки и т.д.).

К сожалению, для цифровизации возможны и отрицательные последствия. Вызовы, угрозы и риски цифровизации для российской экономики и общества. Для российской экономики тренд цифровизации связан с серьезными вызовами, так как вопросы формирования цифровой экономики становятся для России вопросами ее национальной безопасности и конкурентоспособности на мировом рынке (внешние вызовы), а также вопросами уровня и качества жизни населения России (внутренние вызовы). Для получения положительных результатов влияния мирового тренда цифровизации в России необходимо:

- такое управление всеми аспектами экономической и социальной жизни, которое обеспечивало бы выполнение требований цифровизации как мирового тренда эффективного развития экономики и общества — только в этом случае цифровизация приведет к ожидаемым положительным результатам;

- создание возможностей для реализации предпосылок цифровизации как благоприятных условий, способствующих ее положительному воздействию на экономическую и социальную жизнь России;
- составление и реализация программ управления преимуществами цифровизации.

СИСТЕМЫ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ВЫЗОВЫ

SYSTEMS OF MEDICAL ORGANIZATIONS EFFICIENCY COMPREHENSIVE EVALUATION: PROBLEMS AND CHALLENGES

**Волгин Г.Н.,
Volgin G.N.,
аспирант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: gvolgin@gmail.com
Научный руководитель:
Каверина О.Д.,
д.э.н., профессор СПбГУ**

Ключевые слова:

Бюджетирование, бизнес-процессы, здравоохранение, качество медицинской помощи

Keywords:

Budgeting, business processes, health care, quality of care

Медицинская отрасль является важной частью хозяйственной жизни страны и не может рассматриваться отдельно от процессов, происходящих в политической и экономической системах.

С середины 2000-х годов на фоне благоприятной внешнеэкономической и политической конъюнктуры, постоянно растущих мировых цен на энергоносители, проведенной административной реформы в Российской Федерации отмечались высокие темпы экономического роста. Положительным образом сказался отложенный эффект от проведенных в 90-е годы рыночных реформ. Последовавшее за этим снижение нефтяных цен, режим санкционного давления со стороны ведущих мировых экономик, отсутствие необходимых структурных реформ привели к тому, что на самом пике мировых цен на энергоносители в 2013-2014 г. российская экономика находилась на грани рецессии. По данным Росстата в 2018 индекс физического объема ВВП составил 2,3%. Одновременно росла «закредитованность» населения на фоне снижающихся с 2014 г. располагаемых доходов. Отмеченные неблагоприятные тенденции не могли не отразиться и на состоянии медицинской отрасли.

В государственном медицинском секторе была проведена структурная и штатная оптимизация, в результате которой за период с 2012 по 2016 г. численность работников здравоохранения снизилась на 3%¹.

Рынок медицинских услуг принято делить на пять секторов: сектор ОМС (обязательного медицинского страхования), сектор ДМС (добровольного медицинского страхования), теневой сектор, легальных коммерческих медицинских услуг и сектор бюджетного финансирования. В целом, численность совершенных медицинских осмотров за период с 2012 по 2018 г. во всех секторах имела тенденцию к снижению, на фоне растущей выручки от реализации, что может объясняться увеличением стоимости лечения пациента. Одновременно за описываемый период выросли управленческие и коммерческие расходы, увеличились средние годовые затраты на лечение одного пациента. Описанная ситуация, на наш взгляд, может свидетельствовать о весьма серьезных вызовах в медицинской отрасли, связанных, как с общим ухудшением экономической ситуации, так и со снижением качества управления в медицинской отрасли.

Рынок медицинских услуг Санкт-Петербурга за описываемый период демонстрировал схожие тенденции. С той лишь разницей, что на фоне увеличения управленческих и коммерческих расходов, темпы увеличения выручки были ниже по сравнению со средними по всей РФ.

Обращает на себя внимание низкий уровень цифровой грамотности в учреждениях здравоохранения. Так, по данным СПб ГБУ МИАЦ индекс использования медицинских информационных систем, оценивающий «уровень содержательного использования медицинских информационных систем в медицинских организациях (индекс СИ-МИС)» по состоянию на III кв. 2019 г. составил 52,42%.

Медицинские услуги являются строго регламентированным видом деятельности, имеющим ряд существенных особенностей, отличающих их от других видов услуг. Так, например, зачастую пациент не имеет возможности объективно оценить самостоятельно качество оказанных ему услуг. При этом следует понимать, что в медицине понятия «эффективность» и «качество» не вполне тождественны друг другу. В тех случаях, когда услуга была оказана с соблюдением всех критериев качества, исход может быть неблагоприятным, и соответственно эффективность вмешательства будет невысокой.

¹ Business Stat. Анализ рынка медицинских услуг за 2014-2016 г. Прогноз развития на 2017-2020 гг.

Положения, касающиеся оценки качества медицинской помощи закреплены ФЗ №323 от 21.11.2011 г. «Об основах охраны здоровья граждан». Выделяется три уровня контроля: государственный, ведомственный и локальный.

В то же время, на наш взгляд, в новых экономических условиях качество медицинской помощи не может рассматриваться отдельно от экономической сущности процессов. Сама по себе эта идея не нова, основная проблема заключается в ее практической реализации и качественном осмыслении, прежде всего руководителями медицинских ведомств и организаций. Чаще всего в учреждениях выполняют формальные требования законодательства относительно проведения контроля качества, оставляя без должного внимания оценку экономической эффективности.

Таким образом, качество медицинской помощи является полимодальной категорией. В 1981 г. Аведис Донабедян (Avedis Donabedian) выделил следующие составляющие качества медицинской деятельности: 1. Качество структуры. 2. Качество технологии процесса оказания медицинской помощи. 3. Качество результата. Если первая во многом регламентируется законодательно (характеристики зданий, сооружений, наличие аккредитаций у медицинского персонала и т.д.), а третья носит во многом ретроспективный, оценочный характер (истинные и «суррогатные» точки состояния здоровья), то вторая дает возможность оптимизации медицинской деятельности и тесно связана с бизнес-процессами.

Нами было проведено исследование четырех частных медицинских учреждений на предмет «процессной зрелости», наличия бюджетного процесса, использования мидико-экономических показателей в повседневной работе и в целях стратегического планирования. Для оценки использовалась классификация «Свода знаний по управлению бизнес-процессами BPM СВОК 3.0» Во всех четырех клиниках процессы были оценены как «хаотичные». Только в одном учреждении был организован бюджетный процесс. В одном из исследуемых учреждений нами было выполнено описание бизнес-процесса «Работа выездной службы врачей» и «Учет материалов в отделении стоматологии». Были использованы нотация BPM и программная среда «ELMA». С учетом описанных бизнес – процессов были составлены должностные инструкции владельцев и участников процессов, в том числе, с учетом требований законодательства, разработаны механизмы мониторинга эффективности. В результате по первому процессу удалось снизить среднее время приема и выезда специалиста на 50%, а по второму уменьшить на 14,9% затраты материалов на подразделение по сравнению с соответствующим периодом прошлого года.

Таким образом, в текущем моменте основные вызовы в сфере здравоохранения связаны на макроэкономическом уровне с ухудшением экономической ситуации, низким уровнем качества цифровой среды, на микроэкономическом – с процессной незрелостью, отсутствием комплексных систем оценки качества. Решением проблемы может стать создание в организации систем комплексной оценки качества, с учетом требований законодательства, основанных на описании и внедрении в организациях процессного подхода.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

PROBLEMS OF MODERN RUSSIAN INDUSTRIAL POLICY

**Гусаров К.И.,
Gusarov K.I.,
аспирант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: gusarov11kirill@gmail.com**

Ключевые слова:

Промышленная политика, структурные и технологические сдвиги, инновационное развитие

Keywords:

Industrial policy, structural and technology change, innovative development

Промышленная политика нацелена на стимулирование отдельных видов экономической деятельности, а также способствует структурным и технологическим сдвигам в экономике. Российское правительство, поставив перед собой задачу развития экономики до уровня пяти крупнейших экономик мира, нуждается в адаптации промышленной политики в свете задач, освещенных в указах Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204. В числе основных задач можно выделить: развитие в качестве базовой отрасли высокопроизводительные экспортно-ориентированные сектора, в базу развития которых заложены новые технологии¹. На фоне напряженной геополитической обстановки, ослабления уровня мирового разделения труда, переход Российской Федерации к новому ветку индустриализации может позволить не только выполнить поставленные задачи, но обеспечить дальнейший рост экономики.

Развитие промышленности и восстановление темпов экономического роста в Российской Федерации может стать неподъемной задачей ввиду ряда трудностей:

- Низкий уровень развития промышленного сектора. В процессе перехода к рыночной экономике Россия встретилась с проблемами увеличения степени зависимости

¹ Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»/

от экспортно-сырьевой модели, и, что важнее, сокращения промышленного сектора. Например, доля обрабатывающей промышленности в общем объеме валовой добавленной стоимости составила – 13,7 %, для сравнения, в Германии 22,8 %, в Чехии – 27%¹.

- Высокий моральный и физический износ основных фондов обрабатывающей промышленности. По данным Центра конъюнктурных исследований НИУ ВШЭ, почти половина предприятий осуществляют производственную деятельность с помощью средств труда, возраст которых варьируется от 14 до 30 и более лет².

- Использование устаревших технологий. По данным Росстата РФ, более половины технологий, задействованных в обрабатывающей промышленности, используются уже более шести лет. При этом часть зарубежных технологий на момент внедрения не являлись принципиально новыми³.

- Сокращение совокупного спроса. Реальные располагаемые доходы населения показывают отрицательную динамику. Социальные расходы Правительства также сокращались.

- Нехватка средств для инвестиций. Увеличение НДС в условиях профицита госбюджета. Политика дорогих денег со стороны ЦБ РФ.

- Высокий риск ведения бизнеса по причине слабой защиты прав собственности.

С целью выполнения поставленных задач, в условиях существующих проблем, российская промышленная политика должна быть ориентирована на реализацию ряда действий: Во-первых, разработка мер, направленных на модернизацию технологической стороны экономики, обеспечение структурной перестройки экономики с ориентацией на глобальные тенденции и особенности внутреннего потребителя. Во-вторых, утвердить прозрачные критерии выбора отраслевых лидеров для использования мер поддержки, с целью минимизации возможности лоббирования интересов крупных и влиятельных предприятий⁴. В-третьих, обеспечить диверсификацию источников роста экономики, путем развития широкого пула отраслей, способных обеспечить независимость, в части технологий и обеспечение конкурентоспособности Российской Федерации на международной арене. В-четвертых, разработка комплекса мер для повышения привлекательности России, как территории для организации производства продукции

¹ Осьмаков В., Калинин А. (2017). О стратегии развития промышленности в России // Вопросы экономики. №5. С. 46.

² Центр конъюнктурных исследований НИУ ВШЭ, (2018). Инвестиционная активность российских промышленных предприятий в 2017 году. С. 3.

³ Ленчук Е.Б., (2018) Формирование промышленной политики России в контексте задач новой индустриализации // Журнал НЭА, №3 (39). С. 140.

⁴ Dani Rodrick, (2019), «Where are we in the economics of industrial policies?» URL: <https://voxd.dev.org/topic/public-economics/where-are-we-economics-industrial-policies>

иностранных компаний с целью повышений технологических и профессиональных компетенций ответственных специалистов и компаний.

Восстановление темпов роста российской экономики путем перехода к высокопроизводительной, а самое главное, востребованной промышленности требует высокого уровня институционального развития, включая изменения законодательства, обеспечения прав собственности, предоставления доступного финансирования, другими словами, создание благоприятной среды для формирования полного производственного цикла. Драйвером развития данной среды должна стать государственная политика, способная увязать в себе согласованность с мировыми тенденциями и триггеры к базовым институциональным изменениям.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF SMALL BUSINESS IN RUSSIA AND THE TYUMEN REGION

**Мешкова Я.Р.,
Meshkova Ya.R.,
аспирант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: yasmina.meshkova@mail.ru**

Ключевые слова:

Малое предпринимательство, коэффициент опережения, производительность труда, рентабельность, развитие

Keywords:

Small business, coefficient of advance, labor efficiency, profitability, development

Проблемы развития и становления российского предпринимательства на сегодняшний день являются актуальными и рассматриваются в различных научных исследованиях. При этом в теории предпринимательства вопросы малого бизнеса занимают важное место и привлекают внимание большинства исследователей¹.

Малое предпринимательство является значимым элементом рыночной экономической системы, которое обеспечивает социально-экономическую стабильность в стране и ее регионах, а также способствует повышению благосостояния населения, пополняет рынок товарами и услугами и обеспечивает освоение новых перспективных производств. В экономически развитых странах доля МП в общем числе предприятий составляет от 97% и выше, доля продукции, произведенной малыми предприятиями в

¹ Виленский А.В. Этапы развития малого бизнеса.// Вопросы экономики. №7.- С.30-38.

ВВП, составляет от 50% и более, такой же показатель занятого населения, при этом наблюдается положительная динамика темпов прироста ВВП¹.

Одним из основных законов в России, регулирующий деятельность субъектов малого предпринимательства (далее – СМП) является Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ².

Цель исследования – провести сравнительный анализ развития малого предпринимательства в России и Тюменской области и дать оценку его эффективности.

Элементы научной новизны:

1) проведен сравнительный анализ развития субъектов малого предпринимательства в Тюменской области и России; выявлены особенности развития малых предприятий в регионе;

2) в качестве оценки эффективности (результативности) деятельности МП и определения критерия для их участия в конкурсном отборе по реализации региональной программы повышения производительности труда предложен показатель - коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста численности работников;

Исследование проведено на основе официальных материалов Федеральной службы государственной статистики, Единой межведомственной информационно-статистической системы, представленных в открытом доступе.

За рассматриваемый период в среднем 20% малых предприятий являются убыточными, остальные 80% - прибыльными. В целом в России происходит незначительное увеличение убыточных предприятий к 2018 году (20,2%), аналогичная ситуация складывается и в Тюменской области, где доля убыточных предприятий в 2018 году составила 23,1%. При этом происходит повышение рентабельности продаж предприятий по России в целом на 1,8 процентных пункта по сравнению с 2016 годом. Однако в регионе происходит снижение рентабельности предприятий к 2018 году по сравнению с 2016 годом на 1,3 процентных пункта, в период с 2008 по 2016 гг. динамика рассматриваемого показателя нестабильна. По видам экономической деятельности самыми рентабельными в России являются операции в сфере недвижимого имущества (в 2018 г. – 19,2%) и сельское хозяйство (в 2018 г. -14,3%); в регионе на первом месте - операции

¹ Статистическая служба Европейского союза. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <http://ec.europa.eu/> (дата обращения: 02.10.2019).

² Федеральный закон РФ № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 г. (ред. от 26.12.2017).

с недвижимым имуществом (15,9%), на втором месте – строительство (7,1%) и на третьем – обрабатывающее производство (6,3%). Динамика рентабельности продаж по остальным отраслям экономики нестабильна или снижается¹.

Важнейшим показателем эффективности деятельности предприятий является производительность труда. Перед МП поставлена задача повышения производительности труда и увеличения численности занятых².

Увеличение числа рабочих мест в малом предпринимательстве обеспечивает повышение занятости населения, но при этом необходимо добиваться и роста производительности труда. Именно рост производительности труда обеспечивает и характеризует интенсивный путь развития экономики. С целью выявления соотношения между ростом производительности труда и увеличением численности работников был рассчитан коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста численности работников на малых предприятиях (далее – коэффициент опережения) как отношение темпа роста производительности труда к темпу роста численности работников.

Считаем целесообразным при оценке эффективности развития МП применять показатель – коэффициент опережения.

В работы были проанализированы и представлены следующие ключевые моменты:

- проанализировано состояние и развитие малого предпринимательства в России и Тюменской области по финансовому состоянию предприятий и в разрезе видов их экономической деятельности;

- предложенный показатель (коэффициент опережения) применительно к отдельным СМП позволяет: выявить предприятия, которые обеспечивают интенсивный путь развития; повысить объективность оценки эффективности деятельности малых предприятий; усовершенствовать существующую методику анализа малых предприятий для участия в конкурсном отборе по реализации региональной программы повышения производительности труда в Тюменской области и других регионах.

¹ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/materials (дата обращения: 02.10.2019).

² Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года от 2 июня 2016 № 1083-р. / [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 25.10.2019).

**ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА
В ПРИГРАНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

**TRANSFORMATION OF SOCIAL CAPITAL IN CROSS-BORDER TRADE IN
TIMES OF DIGITALIZATION**

**Полторак Д.Э.,
Poltorak D.E.,
аспирант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: poltorak_denis@mail.ru
Научный руководитель:
Соколова С.В.,
д.э.н., профессор СПбГУ**

Ключевые слова:

Социальный капитал, цифровая экономика, приграничная торговля, электронная коммерция

Keywords:

Social capital, digital economy, cross-border trade, e-commerce

For the last 3 decades, cross border trade has been playing a significant role in the economy of the frontier regions of China and Russia (Fedorova K., 2012). The location of the countries created the opportunity to strengthen the economic ties between the neighboring regions which had stimulated the growth of number of local entrepreneurs and small enterprises involved in international trade. However, recent disruptive boom of e-commerce in China and its influence on the trading industry in general led to the change of the conjuncture of cross border trading relationships.

Anti-sanctions against European and American products could have been a motivator to stimulate the growth of trade with Chinese partners, however the fall of ruble reduced the ability of Russian companies to purchase foreign products, including those from China (Zharikov M.V., 2016). Moreover, Dettoni J. (2016) stated that «with both economies slowing, bilateral trade in 2015 was lower than expected, amounting to around \$60 billion for the first 11 months of 2015» which 30% less than the yearly figure for the two previous years. The considerable bilateral trade downturn also negatively affected the cross border trade which decreased even more dramatically (M.V. Zharikov, 2016). The identified external factors created new challenges and contributed to worsening the local entrepreneurs and enterprises position. However, there is still an issue which factor influenced the most and the gap is not researched from the perspective of the small scale enterprises.

In the context of Russian-Chinese cross border trade, Fedorova K. (2012) underlined the importance of communication factor between Russian and Chinese merchants in the area and identified the existence of «shuttle-bus» type of trade. Holzlehner T. (2015) distinguished

the trading activities over the Russian-Chinese border as «a thriving shadow retail trade». He mentioned that there are «poachers, smugglers, small businessmen, and intermediaries operating in networks» showing the fundamentally formed institutes in the area.

This research will concentrate on the impact of e-commerce tendencies on the cross border trade in the frontier area of Russia and China from the point of view of small scale retail enterprises and entrepreneurs and will explore how such companies adapt to the new conditions. The available researches and media materials distinguished the issue from the point of general trends and official statistics without in-depth discovery of adaptation strategies of small scale companies in the border area and actual analysis of the impacts of e-commerce on their operations.

Recent research of Zharikov M.V., 2016 demonstrated that the trade has faded under the new circumstances. The economic stagnation and development of electronic business caused a significant decrease of predominant demand from by-border Russian customers. Consequently, it created the situation when the most Chinese export orientated border business entities faced the inability to sell their products. Russian retailers and entrepreneurs being dependent on Chinese imported products also have been suffering from the Chinese e-commerce giants (as Alibaba, TMall, TaoBao etc.) and from the decline of Russian purchasing power as well. Border small retail companies mostly have become eliminated from the export activities what caused the problem of finding a way how to overcome the challenges.

The only strategy that can let the entrepreneurs remain in the business is endurance and social capital that was gained. Endurance is an actual ability of business owners to adapt to the changing environment and flexibility in terms of new technologies. Because of inability to catch up with new Internet trends, many players left the market and quit the business. Others who started to communicate with customers, clients, suppliers and intermediaries still operate in the market.

However, with the dumping prices that e-commerce giants offer, it is almost impossible for Russian entrepreneurs to stay competitive. Therefore, being enduring does not mean to stay competitive. Apart from the flexibility, businesses have to have complex network of clients, customers and suppliers that can decrease the transaction costs and lead to the sustainability of SMEs in Russian Far East.

In the research, more detailed analysis and conversion of social capital into the monetary scale will be developed and the optimal strategy that businesses can follow in order to stay alive will be offered. This study will not only close the gap in the topic but also will focus on real strategic initiatives that can help thousands of SMEs to continue functioning.

The issue of adaptability of cross border small scale retailers to the external economic challenges will be a key aspect of the research. The research will focus on discovering the possible anti-crisis strategic measures of such companies and will distinguish the influence of Russian economic downturn on their operations, procedures and financial results. The interview will help to investigate the strategic decisions which are applied by the owners and entrepreneurs during the crisis and to realize the actual impact of Russian economic downturn on them. Documentation analysis will enable the researcher to consider the issue of external influence in more details from the financial perspective by comparing the figures of the previous years with the ones of crisis times. The collected data and its further analysis will provide the benefits for small, middle and even big scale companies operating in border areas. The local authorities and municipalities also will receive the knowledge about the small scale cross border trade challenges which do not let the entrepreneurs and small retailers run their business as before.

The research will be valuable source for the businesses which are operating in the area. Not only small enterprises will benefit from this research but also the medium and big scale companies. They will gain certain adaptation tools and practices which were applied by smaller scale companies and will analyze how efficient and applicable they are for their company in nowadays conditions. Moreover, the local governments and municipalities will be interested in the results of the research. It is also possible to apply the research results for the small scale enterprises participating in cross border trade in any other border during crisis.

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВИАКОМПАНИЙ¹

DEVELOPMENT OF EVALUATION METHODS OF AIRLINES COMPETITIVENESS

Полторак Т.А.,
Poltorak T.A.,
аспирант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: tanyas2589594@mail.ru,
Полторак Д.Э.,
Poltorak D.E.,
аспирант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
Научный руководитель:
Маленков Ю.А.,
д.э.н., профессор СПбГУ

Ключевые слова:

Стратегическое управление, устойчивость, оценка конкурентоспособности, индекс конкурентоспособности, авиакомпании

Keywords:

Strategic management, sustainability, competitiveness evaluation, competitiveness index, airlines

В условиях усиления конкуренции устойчивое положение компании на рынке – является важнейшим фактором эффективного развития организации. Однако недостаточный учет ряда важных факторов не дает возможности использовать резервы роста конкурентоспособности компаний.

В России авиакомпании играют особую роль, так как от эффективной перевозки пассажиров, грузов, почты существенно зависит экономический механизм РФ в целом.

На сегодняшний день отрасль авиаперевозок характеризуется такими преимуществами как высочайшая путевая скорость, меньшая зависимость от наземной инфраструктуры.

Большинство стратегий российских авиакомпаний сложно назвать эффективными и устойчивыми. Анализ стратегий крупнейших авиаперевозчиков страны показал, что менеджмент ряда крупных компаний:

- не проводит оценку рисков стратегических решений и сценариев развития,
- не раскрывает данные о своей миссии,
- не прогнозирует динамику изменений конкурентоспособности.

¹ Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 18-010-01204, проект «Оценка стратегической устойчивости предприятий крупного, среднего и малого бизнеса в депрессивных регионах России (на примере Псковской области)».

Проведенное обследование ряда крупных компаний показало, что неустойчивость ряда компаний характеризуется тем, что они недостаточно используют эффективные научные методы (табл. 1):

Таблица 1. Научные методы, используемые в авиакомпаниях

Компания	Аэрофлот	Уральские авиалинии	Ю-Тэйр	S7
Элемент стратегии				
Информация о миссии	+	-	-	-
Цели и задачи сформулированы конкретно	+	+	+	-
Применение сценарного метода	+	+	+	+
Оценка рисков	+	+	-	-
Взаимосвязь планов бизнес-направлений	+	+	+	+
Приведены количественные расчеты	+	+	+	+
Применяются методы стратегического анализа	+	+	-	+
Составлены прогнозы	+	-	-	-
Информация о ключевых факторах успеха компании	+	+	+	+
Информация о бюджете, указаны конкретные сроки реализации стратегии	+	-	+	-

В настоящее время существующие теоретические и практические разработки в данной области направлены, в большинстве своем, на производственную сферу и финансовые оценки. В области авиаперевозок методы оценки конкурентоспособности не включают целый ряд важных эксплуатационных показателей и не дают возможности проанализировать стратегическую конкурентоспособность авиаперевозчиков. Так, Артамонов Б.В. считает, что конкурентоспособность авиакомпании напрямую зависит от качества предоставляемых компанией услуг, поэтому предлагает рассчитывать конкурентоспособность исходя из следующих показателей: имидж компании, парк ВС, каналы продаж, система тарифов, удобство расписания, регулярность, надежность и предполетный, полетный и послеполетный сервис¹.

На основе применения к российским авиакомпаниям принципов модели стратегического управления, было выявлено, что слабым звеном является анализ внутренней и внешней среды. Применяются общие аналитические определения конкурентоспособности, однако специализированной методики для авиакомпаний, учитывающей комплекс показателей, нет. Автором предлагается новый индекс оценки конкурентоспособности компаний, который основывается на комплексе показателей, включающем 5 групп:

¹ Артамонов Б.В. Методический подход к оценке конкурентоспособности авиапредприятий// Научный вестник МГТУ ГА. Серия Менеджмент, экономика, финансы. 2009.№143. С 111-115.

- эффективность стратегии;
- финансовое положение;
- инновационность;
- продуктивность;
- качество авиаперевозок.

Индекс состоит из качественных и количественных показателей. Качественные показатели определяются экспертным методом. Конкурентное положение компании на рынке определяется относительно среднего значения полученного индекса.

Предложенный инструмент совершенствования стратегического управления, позволяет сравнивать компании с разным объемом прибыли, формами организации и долями рынка. Конкурентоспособность компаний предлагается рассчитывать на основе комплекса эксплуатационных и экономических показателей, что дает возможности менеджменту авиакомпаний повысить качество разработки стратегий и применять технологии цифровой экономики в данной сфере.

ПРИМЕНЕНИЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОХИМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

APPLICATION OF QUANTITATIVE METHODS FOR STRATEGIC SUSTAINABILITY EVALUATING ON THE EXAMPLE OF OIL AND GAS CHEMICAL COMPANIES

**Поляцкий В.В.,
Polyatskiy V.V.,
соискатель СПбГУ,
главный специалист ПАО «Газпром»,
Санкт-Петербург,
e-mail: V.Polyatskiy@adm.gazprom.ru,
Научный руководитель:
Маленков Ю.А.,
д.э.н., профессор СПбГУ**

Ключевые слова:

Стратегическая устойчивость, нефте-газопереработка, производительность, конкурентоспособность, бенчмаркинг

Keywords:

Strategic sustainability, refinement, benchmarking, competitiveness, productivity

Разработка стратегии устойчивого развития является одним из главных вопросов, стоящих перед бизнесом в настоящее время. При этом зачастую у руководителей компаний нет четкого понимания сущности стратегической устойчивости организации.

Впервые понятие устойчивого развития в его современном значении было сформулировано в 1987 г. в докладе комиссии Брундтланд¹ и было определено как такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности. Основная идея данной концепции определяется следующим образом: потребление природных благ не должно превышать естественных ограничений, обусловленных параметрами природной среды нашей планеты. Другими словами, общество не должно использовать больше ресурсов, чем может быть восстановлено. Такая постановка проблемы относится к макроуровню общества в целом или уровню государства, при этом в равной степени это относится и к микроуровню – уровню организации². Можно провести аналогию между природной средой и рыночной экономикой: потребление компанией ограниченных ресурсов (труда, финансовых, топливно-энергетических ресурсов) в процессе создания стоимости не должно превышать получаемые выгоды в виде прибыли, удовлетворения социальных и экологических нужд. На практике для организации это должно означать необходимость замены неустойчивых процессов устойчивыми посредством увеличения эффективности использования ресурсов, экономии затрат и повышения производительности, стратегического планирования будущего недостатка в ресурсах, необходимых в настоящее время и одновременно планирование потребностей потребителей и возможностей поставщиков. Вместе с тем, указанный комплекс мер соответствуют определению устойчивости как созданию, развитию и поддержанию организацией конкурентных преимуществ³. Далее возникает необходимость в выработке подхода количественной оценки долгосрочной устойчивости компании.

Одним из эффективных способов оценки и анализа уровня стратегической устойчивости организации является применение метода бенчмаркинга на основе специфических количественных показателей технико-экономической эффективности организации. В качестве примера рассмотрим систему показателей для оценки устойчивости предприятий нефтегазохимического комплекса.

В последние десятилетия в мире прослеживается четкая тенденция на укрупнение среднего размера НПЗ, на увеличение сложности предприятия и, соответственно, глубины переработки углеводородного сырья. Мировые тренды в части углубления пе-

¹ World Commission on Environment and Development (1987). Our Common Future (The Brundtland Report). Oxford University Press, Oxford.

² Гюлер А., Кроутер Д. Сделать устойчивое развитие устойчивым // Менеджмент сегодня. – 2011. – №3. – с. 158-171.

³ Yuri Malenkov et al 2019 IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng. 497 012128.

переработки легко проследить на примере индекса Нельсона – показателя, который оценивает сложность технологического процесса. Индекс иллюстрирует уровень развития мощностей вторичной переработки по сравнению с первичной мощностью дистилляции. Для расчета индекса оборудованию по перегонке сырой нефти присваивают коэффициент 1, а все остальные установки сравнивают с ним по сложности и стоимости. Например, установка каталитического крекинга имеет коэффициент равный 4. Суммируя значения сложности, присвоенные каждой единице оборудования, определяют сложность НПЗ по индексу сложности Нельсона. К 2015 году средний индекс Нельсона для американских НПЗ составлял порядка 12 единиц, для европейских и азиатских – около 8, а для лучших заводов, например, НПЗ в индийском Джамнагар – 14. По экспертным оценкам в ближайшем будущем смогут выжить только заводы, имеющие индекс Нельсона не ниже 10, а новые производства изначально будут иметь сложность около 15 единиц.

Тенденция на углубление переработки характерна для НПЗ во всем мире. Это связано со снижением спроса на мазут, представляющий собой тяжелые остатки переработки нефти и нефтепродуктов, и все возрастающим спросом на высококачественный бензин и дизельное топливо. В частности, именно бурный рост в США автопарка и, как следствие, спроса на бензин привели в свое время к углублению процессов вторичной переработки на местных НПЗ. В то же время СССР с успехом использовал мазут в качестве топлива на ТЭЦ и отправлял его на экспорт, что привело к значительному отставанию во внедрении сложных вторичных процессов.

Другим эффективным инструментом конкурентного анализа и контроля затрат для НПЗ является методика американской инжиниринговой и консалтинговой компании Solomon Associated. Показатели эффективности Solomon делятся на две основные группы – показатели эффективности и показатели конкурентоспособности.

Система показателей Solomon определяют, насколько хорошо функционирует НПЗ по отношению к стандартным показателям для завода с такой же производительностью, конфигурацией и условиями эксплуатации¹.

К ключевым показателям конкурентоспособности относятся²: операционные затраты (ОРЕХ); неэнергетические затраты (НЕОРЕХ); ремонтный индекс; индекс персонала (рабочие часы/ЭДП); индекс затрат на персонал; использование мощностей НПЗ;

¹ Нормализация показателей производится через ЭДП – эквивалентную дистилляционную производительность, отражающую возможную производительность завода.

² Для данной группы показателей берутся удельные величины на единицу ЭДП.

индекс капитальных вложений; чистая денежная маржа (NCM); рентабельность инвестиций (ROI).

К ключевым показателям эффективности относятся: индекс энергоемкости; индекс эффективности ремонтных затрат; индекс эффективности персонала; индекс эффективности ремонтного персонала; индекс эффективности неремонтного персонала; индекс эффективности неэнергетических затрат; индекс объемного увеличения; индекс выбросов углерода.

Применение данных методик способно предоставить менеджменту возможность взвешенного выбора приоритетов развития бизнеса, базу для разработки конкурентной стратегии, возможность оценки соответствия уровня действующих в компании процессов мировым стандартам.

Вместе с тем приведенные методы не лишены недостатков. Помимо того, что указанные метрики отчасти носят операционный характер, ключевым недостатком, по мнению автора, является отсутствие учета эффективности инновационной деятельности. При этом в контексте оценки стратегической устойчивости речь идет именно о стратегических инновациях – инноваций, внедрение которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе.

Для того чтобы измерить и объективно оценить инновационную активность организации необходимо учесть укрупненно стадии жизненного цикла инновации: стадию разработки и внедрения. Стадию разработки следует оценивать по созданию технологических инноваций как результатов исследований и разработок. Единицей измерения может выступать количество полученных патентов на объекты промышленной собственности. Данный показатель обладает существенными преимуществами: патентом устанавливается, что соответствующее изобретение обладает новизной и используемый в изобретении принцип не является общеизвестным.

Стадию внедрения, как правило, оценивают по создаваемому интегральному экономическому эффекту на основе метода дисконтированных денежных потоков, а также по экологическому эффекту путем расчета объемов снижения выбросов парниковых газов, сокращения расхода топливно-энергетических ресурсов, повышения энергоэффективности. Эффектообразующие факторы при такой оценке в основном носят операционный характер, поэтому для измерения эффектов стратегических инноваций предлагается оперировать следующими показателями: динамика объемов поступлений в форме роялти; изменение доли рынка, полученной за счет продуктовых и технологических инноваций, включая рост выручки от продаж продукции, в производстве кото-

рой применялись собственные патенты; увеличение доли возобновляемых источников энергии в объеме энергопотребления. Дополнительно предлагается оценивать показатели, отражающие создание инновационной инфраструктуры: развитие фундаментальной науки (объемы инвестиций в НИОКР); развитие научно-технического венчурного бизнеса (капитализация фондов); развитие человеческого капитала (непрерывное обучение работников); инфраструктура трансферта инноваций (цифровые платформы).

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА В РАМКАХ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

OPPORTUNITIES OF CONTENT MARKETING WITHIN THE COMMUNICATION POLICY OF ECOMMERCE TRADERS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Гринько О.И.,

Grinko O.I.,

соискатель Белорусского государственного экономического университета,

Минск, Республика Беларусь

e-mail: uniaband@gmail.com

Ключевые слова:

Контент-маркетинг, маркетинговые коммуникации, электронная торговля, коммуникационная политика, email-маркетинг, поисковая оптимизация

Keywords:

Content marketing, marketing communications, e-Commerce, communication policy, e-mail marketing, search engine optimization

В условиях возрастающей конкуренции в рекламных каналах коммуникаций на рынке eCommerce-организаций, а также с учетом неспособности компаний малого и среднего бизнеса конкурировать с онлайн-гипермаркетами и агрегаторами в бюджетах рекламных кампаний, целесообразно осуществлять реализацию стратегии контент-маркетинга, как эффективного средства привлечения потенциальных клиентов при относительно невысоких затратах.

Предлагается ряд практических рекомендаций по внедрению элементов контент-маркетинга в коммуникационную политику организаций:

- разработка и публикация информационно-обучающего контента на стадии узнаваемости воронки продаж¹. Создание информационно-обучающих страниц, отвечающих на вопросы пользователей при осознании стоящих перед ним потребностей, способны сформировать образ компетентного интернет-магазина, что впо-

¹ Гринько, О. Воронка контент-маркетинга / О. Гринько // Наука и инновации. – 2019. №9(199) - С. 53-57.

следствии даст определенное преимущество перед онлайн-гипермаркетами, имеющими более широкий ассортимент товаров, но меньшее представление об их эксплуатации;

- разработка и публикация информационного контента о представленных в ассортименте интернет-магазина брендов. Ввиду высокой значимости принадлежности к владельцам товаров определенных торговых марок для многих групп потенциальных клиентов, целесообразно развивать страницы брендов в рамках интернет-ресурса. Данный шаг повысит видимость сайта в поисковых системах, а также будет способствовать осознанию наличия общих интересов и ценностей с целевой аудиторией;
- привлечение аудитории из поисковых систем через публикацию контента и развитие страниц в Google My Business и Яндекс.Каталог. Современное представление результатов поисковых систем выходит за пределы построчного перечисления релевантных ресурсов. Регулярная публикация информационного, новостного и фото-контента способствует более широкому представлению компании на странице результатов поиска и, соответственно, повышает вероятность привлечения внимания потенциальных клиентов;
- формирование сообществ в социальных сетях, публикация контента с помощью актуальных инструментов данных площадок;
- регистрация страниц в отраслевых агрегаторах и их регулярное наполнение контентом. Данный шаг не только способствует SEO-продвижению, но также повышает видимость бизнес-страницы на сторонних ресурсах и способствует узнаваемости бренда;
- создание и публикация общего контента для основного веб-ресурса (страницы с информацией об интернет-магазине, способах доставки, оплаты, кредита и расщрки, сотрудничестве с физическими и юридическими лицами, программе лояльности и пр.);
- наполнение страниц товаров/услуг уникальным текстовым, графическим и видео-контентом с целью повышения видимости в поисковых системах и предоставления исчерпывающей информации для потенциальных клиентов¹;
- создание видео-контента о товарах и услугах, его публикация в социальных сетях и на видеохостингах, соответствующих интересам целевых аудитории (YouTube,

¹ Академия для веб-мастеров Google. Повторяющийся контент. [Электронный ресурс] – Режим доступа – https://support.google.com/webmasters/answer/66359?hl=ru&ref_topic=9460495 – Дата доступа: 22.09.2019.

Vimeo, RuTube и пр.), как способ повысить количество каналов взаимодействия с аудиторией, обеспечить наглядное представление о товарах/услугах и сформировать образ отраслевого эксперта;

- сбор базы email-адресов клиентов, запуск кампаний email-маркетинга с привлечением внимания к акционному и информационному контенту, настройка автоматизации рассылки электронных писем с целью реализации концепции маркетинга взаимоотношений и повышения повторных продаж¹;
- Разработка и публикация обучающих программ по использованию продаваемых товаров и услуг, как способ формирования долгосрочных отношений с целевой аудиторией и лояльности к бренду².

Перечисленные практические рекомендации не в обязательном порядке подходят всем отраслевым организациям электронной торговли. Это обусловлено спецификой ведения коммерческой деятельности, свойствами продаваемых товаров, особенностями логистики и прочими факторами, что стоит учитывать при формировании контент-стратегии. Однако систематическое использование ряда наиболее релевантных рекомендаций позволит обозначить конкурентные преимущества перед крупными торговыми площадками, такие как компетентность, надежность, высокое качество обслуживания и пост-продажный сервис, что в значительной степени может повлиять на решение о покупке.

¹ Гринько, О. Email-маркетинг / О.И. Гринько // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : Сборник научных трудов / – Минск : А.Н. Вараксин, 2019. С. 57.

² Гринько, О. Контент-маркетинг в организациях электронной торговли / О.И. Гринько // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. №4(132) - С. 43-49.

ПОСТАНОВКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ И ТАКТИЧЕСКИХ ЗАДАЧ В ПРОЦЕССЕ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ КОМПАНИЙ

SETTING STRATEGIC AND TACTICAL GOALS IN THE PROCESS OF BUSINESS-PLANNING OF COMPANIES

Гугнин И.В.,

Gugin I.V.,

*аспирант Новгородского государственного
университета имени Ярослава Мудрого (НовГУ),
Великий Новгород,
e-mail: ktur@mail.ru*

Ключевые слова:

Бизнес-план, компания, матричная программа, стратегия, тактические задачи, функция
Keywords:

Business plan, company, matrix program, strategy, tactical tasks, function

В научной литературе бизнес-план с английского переводится как планирование предпринимательской деятельности, план предпринимательства, а планирование рассматривается как процесс определения целей, развития управляемого объекта и степени детализации ее в стратегической перспективе. Таким образом, на практике бизнес-план выступает как документ объективной оценки проекта предпринимательской деятельности организации на рынке и как необходимый инструментарий принятия инвестиционных управленческих решений с учетом потребностей рынка и общей сложившейся ситуации. При разработке проектов детально излагаются основные аспекты будущих коммерческих действий, с достаточной полнотой исследуются проблемы, с которыми компания столкнется, определяются современные методы и способы решения возникающих проблем.

Актуальность исследования заключается в том, что при таком подходе бизнес-план рассматривается как поисковая, научно-исследовательская и проектная работа, которая помогает предпринимательским структурам реально оценить собственные сильные и слабые стороны, искать возможности поиска альтернативных стратегических решений и определить мероприятия по предотвращению рисков, что обеспечивает коммерческий успех конкурентные преимущества на рынке. В рыночной среде бизнес – план рассматривается и как вид деятельности и как процесс выработки новых стратегических и тактических мероприятий проектов, детализирующих программ по целям компании.

В ходе исследования объектом выступают процесс бизнес-планирования с оценкой проекта и выработкой новых стратегических и тактических мероприятий, обеспечивающих эффективность рыночной деятельности. Предметом исследования является

процесс постановки стратегических и тактических задач в процессе бизнес-планирования компаний¹. В предпринимательских структурах бизнес-планирование может быть представлено также в форме документа, описывающего инновационную бизнес-идею и стратегические и тактические пути ее решения, а также как система аналитических, экономических, расчетно-организационных, правовых, инженерно-технических, экспертных и финансовых документов, необходимых для сопровождения инвестиций и как процесс проведения соответствующих работ по реализации проекта. Поскольку в условиях рыночной экономики стратегические проекты определяются целями бизнеса, ни одна компания не сможет работать прибыльно без подготовленного и детализированного бизнес-плана.

Исследования показали, что детализированные матричные программы лучше представить, как дорожные карты с пояснениями, как будет происходить управление бизнесом для обеспечения прибыльной деятельности компании, а также для разработки дивидендной политики и обеспечения возвратности инвестиционного капитала собственников. Постоянные изменения политической, экономической и маркетинговой среды в которой действует компания, предполагают корректировка и пересмотр бизнес-плана с выработкой механизма привлечения управленческого персонала.

Проблемы определения стратегических и тактических задач в процессе бизнес-планирования, как и отсутствие тщательно проработанного детализированного бизнес-плана, ситуационно корректируемого с учетом сменяющейся внешней среды и рыночных условий, является существенным недостатком, отражающей недостатки и слабость управления компанией, что значительно усложняет привлечение дополнительных финансовых ресурсов и достижение долгосрочных стратегических целей в конкурентной среде².

В условиях неустойчивой экономической и политической среды для разработки бизнес-плана существуют следующие причины: возможность прогнозировать и устранить возможные проблемы до того, как они появились, определение источников привлечения инвестиций, для реализации бизнес-идеи. Бизнес-план в системе предпринимательства рассматривается как стандартный документ делового мира, который дает представление о предстоящих действиях на рынке, а также применяется для операционного контроля в процессе реализации матричных программ компании;

¹ Разработка стратегии позиционирования продукции предпринимательских структур на рынке. Афанасьева Е.С., Алексина И.С. Известия Международной академии аграрного образования. 2017. № 33. С. 48-51.

² Кумар Н. Маркетинг как стратегия. – М.: Претекст, 2017.

В ходе реализации стратегических и тактических задач в процессе бизнес-планирования в практической деятельности выполняет следующие важнейшие функции:

Первая функция бизнес-плана связана с возможностью его использования при разработке стратегии бизнеса компании. В период создания нового предприятия и при поиске новых перспективных направлений деятельности бизнес-план выполняет жизненно необходимые функции. На начальном этапе при составлении бизнес-плана, формулируется главная и второстепенные цели, определяется стратегия предприятия. Стратегия широко декларируется, под нее проводятся соответствующие детализированные финансовые и экономические расчеты, подтверждающие эффективность и практическую реализуемость.

Вторая функция бизнес-плана заключается в планировании источников привлечения внешних заемных денежных средств: ссуды, кредиты, инвестиции, а также оборудования и технологий для реализации проекта. Без кредитных ресурсов в системе предпринимательства практически невозможно реализовать инновационные проекты. Для получения кредита банки требуют целый комплекс мер по обеспечению их возврата, такие как банковские гарантии, поручительства других лиц, залоговые обязательства и другие документы. Но при этом основополагающим для банковской системы является наличие тщательно проработанного и правильно составленного бизнес-плана предприятия.

Третья функция рассматривается как функция внутрифирменного планирования, которая позволяет реально оценить возможности развития нового инновационного направления или расширения деятельности с контролируруемыми процессами внутри компании. Функция внутрифирменного планирования выступает как практический инструмент управления и контроля за внутренней деятельностью по реализации бизнес-плана.

Четвертая функция бизнес-планирования позволяет привлечь к реализации бизнес-плана компании потенциальных партнеров, которые имеют желание и возможности вложить в проект необходимый капитал или инновационные технологии. Только при наличии детализированного разработанного бизнес-плана, отражающего действия компании на временной определенный период можно привлечь к реализации партнеров с капиталом технологиями и другими возможностями.

Пятая информационная функция позволяет высшему менеджменту с привлечением всех сотрудников в процесс разработки и реализации бизнес-плана улучшить информированность заинтересованных лиц о предстоящих операционных действиях, ско-

ординировать их усилия по реализации проекта, правильно распределить обязанности, создать мотивацию достижения цели.

В заключение можно отметить, что для практической реализации бизнес-планирования как процесса инновационного развития компании представляется важным соблюдение принципов гибкости, предусматривающей адаптацию к изменениям внешней среды и конъюнктуры рынка, в которой функционирует организация, непрерывности, предусматривающей скользящий характер планирования, коммуникативной координации с интеграцией усилий по взаимоувязанным и взаимозависимым разделам, интерактивности, предусматривающей творческий характер планирования и неоднократность проработки составленных разделов плана, а также многовариантности, предусматривающей выбор эффективных из возможных альтернатив и адекватности оценки реальных проблем и самоконтроля в процессе планирования.

КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК НОВЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

CREATIVE MANAGEMENT AS A NEW METHOD OF ENTERPRISE MANAGEMENT

**Артищева Д.Д.,
Artishcheva D.D.,
магистрант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: artisheva2011@yandex.ru**

Ключевые слова:

Менеджмент, креативность, креативный менеджмент, конкурентное преимущество, инновационность, эффективность управления, предприятие

Keywords:

Management, creativity, creative management, competitive advantage, innovativeness, management efficiency, company

В последнее время стандартные подходы и инструменты решения многих задач в большинстве своем уже исчерпали резервы повышения эффективности деятельности предприятия, поэтому все более приоритетным направлением становится интеллектуальная деятельность и ее применение в управлении бизнес-процессами организации независимо от своей отраслевой направленности. Одним из возможных вариантов успешного решения проблем является применение инструментов креативного менеджмента, который способствует личному и профессиональному саморазвитию и самосовершенствованию, развитию инициативности сотрудников компании. Эффективный креативный менеджмент способствует формированию положительного имиджа органи-

зации, повышению уровню его конкурентоспособности, позволяет использовать ресурсную базу с наибольшей отдачей, что, соответственно, приводит к увеличению доходов предприятия. Все вышеперечисленное обуславливает актуальность данной проблемы.

Впервые вопрос креативного менеджмента подняли такие зарубежные ученые, как Дж. Гилфорд и Е. Торренс. Среди современных исследователей можно выделить труды О.Г. Макаренко, исследующему ключевые понятия креативного менеджмента¹, А.Г. Варфоломеева, рассматривающего сущность креативного менеджмента и его место в системе управления применительно к машиностроительному производству², О.С. Ворошиловой, определяющей креативный менеджмент как компонент системы управления организации³ и др.

Целью данной статьи является исследование основных теоретических аспектов креативного менеджмента и необходимость применения его инструментария в повышении эффективности деятельности предприятия.

Креативный менеджмент – подсистема инновационного менеджмента, которая обеспечивает способность субъектов управления выдвигать и развивать новые идеи, которые приобретают форму научной или технологической информации. Так, инновация, также может иметь креативную составляющую, содержать элементы творчества.

Основная цель креативного менеджмента - формирование инновационных идей, их оценка и отбор, что позволяет принимать эффективные управленческие решения. Креативный менеджмент направлен на всестороннее раскрытие творческих способностей людей, тогда как традиционное администрирование основано на выполнении людьми твердо установленных правил и не направлено на выявление ими инициативы и раскрытие всех своих способностей.

Функционал по реализации целей креативного менеджмента осуществляется работниками, занимающимися формированием и развитием креативных идей, руководителями, ответственными за планирование и организацию креативной деятельности,

¹ Макаренко О. Г., Лазарев В. Н. Креативный менеджмент: учеб. пособие / О. Г. Макаренко, В. Н. Лазарев. – Ульяновск: УлГТУ, 2017. – 154с.

² Варфоломеев А. Г. Креативный менеджмент в практической деятельности организации // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2016. – №2-1. – С. 153-159.

³ Ворошилова О.С., Прихунова Ю.А. Креативный менеджмент // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 5. [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/05/11463>

обеспечивающими процесс мотивации персонала к созданию креативных идей, а также контролирующими и регулируемыми креативную деятельность руководителями¹.

Оценку и анализ системы креативного менеджмента предприятия целесообразно осуществлять в определенной последовательности. Она предусматривает идентификацию объектов оценки, конкретизацию коэффициентов, выделение и анализ факторов, обобщение результатов анализа.

Анализ системы креативного менеджмента организации дает возможность определить проблемные направления, которые приводят к неэффективному функционированию компании, и помогает определить направления совершенствования системы креативного менеджмента.

Таким образом, успех экономического развития предприятия в решающей степени зависит от внедрения в деятельность нововведений, которые формируют конкурентные преимущества организации. Внедрение системы креативного менеджмента в компанию дает возможность повысить эффективность ее деятельности, а использование инструментария креативного менеджмента позволяет руководителям оперативно решать возникающие проблемы и творчески подходить к управлению бизнес-процессами.

¹ Прохорова В.В., Коломыц О.Н., Шутилов Ф.В. Современные проблемы менеджмента: учебник. – М.: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский Дом МИРАКЛЬ», 2017. – 352 с.

РОЛЬ КРУПНОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ РОССИИ

ROLE OF BIG COMPANIES IN THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN REGIONS

Бондаренко А.А.,
магистрант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: antonbond01@yandex.ru
Научный руководитель:
Кайсарова В.П.,
к.э.н., доцент СПбГУ

Ключевые слова:

Крупный бизнес, развитие региона, распределение крупного бизнеса по федеральным округам

Keywords:

Large business, development of a region, distribution of large business by federal districts

Развитие предпринимательства – один из важных приоритетов социально-экономического развития России¹, который обеспечивает повышение конкурентоспособности страны. Россия по индексу конкурентоспособности из 338 показателей («WorldCompetitivenessYearbook», Международный институт менеджмента (Лозанна, Швейцария) занимает 45 место, уступая 61 стране в мире по условиям предпринимательской деятельности² (экономическое развитие, интернационализация экономики, эффективность государственного управления, развитие инфраструктуры, финансовая система, качество трудовых ресурсов). Нельзя не согласиться, что малые и средние предприятия содействуют занятости, инновационному и технологическому развитию страны и регионов, но крупные предприятия, где среднесписочная численность сотрудников за год превышает одну тысячу человек, а предельное значение дохода за год - свыше двух млрд. рублей,³ играют решающую роль в развитии экономики субъектов РФ, особенно депрессивных. В рамках исследования проверяется гипотеза о том, что крупный бизнес имеет прямое влияние на показатели экономики регионов России. Были применены существующие методики анализа данных, включающие показатели экономического развития регионов (уровень промышленного производства, развитие рынка труда, инноваций, показатели бюджета, демографически, показатели, индикаторы

¹ Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 №1083-р (ред. от 30.03.2018) «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года». [Электронный ресурс].URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199462/. (Дата обращения 01.10.19).

² The IMD World Competitiveness Ranking. [Электронный ресурс].URL: <https://worldcompetitiveness.imd.org/rankings/wcy>. (Дата обращения 01.10.19).

³ Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 №209-ФЗ

развития социальной инфраструктуры, экологические показатели) и данные о крупном бизнесе (комплекс показателей, включающих финансовые показатели, а также показатели количества и структуры индивидуальных предпринимателей, микро-предприятий, малых, средних и крупных). Количественные показатели показывают, что, несмотря на свой незначительный удельный вес в общем количестве компаний в регионах страны, по данным за 2017 год крупные предприятия имеют преобладающую долю в продажах товаров и услуг в 85 субъектах Российской Федерации и в разрезе федеральных округов (рисунки 1-2).

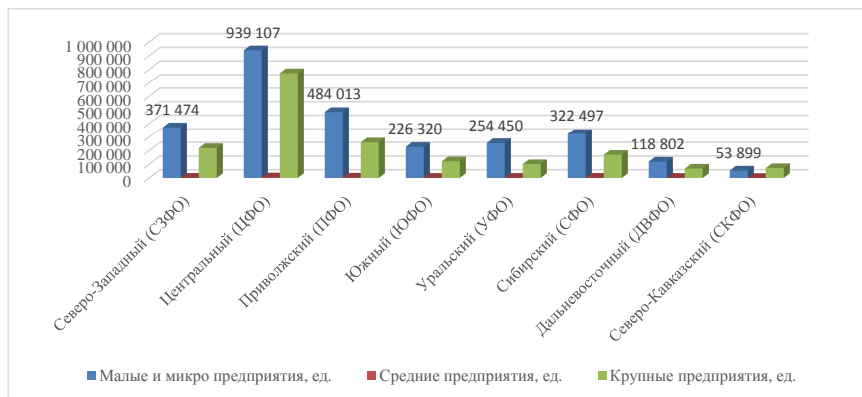


Рисунок 1.Количество крупных, средних, малых и микро-предприятий по федеральным округам РФ в 2017 году, ед.¹

¹Составлено по данным СПАРК-Интерфакс и ЕМИСС.

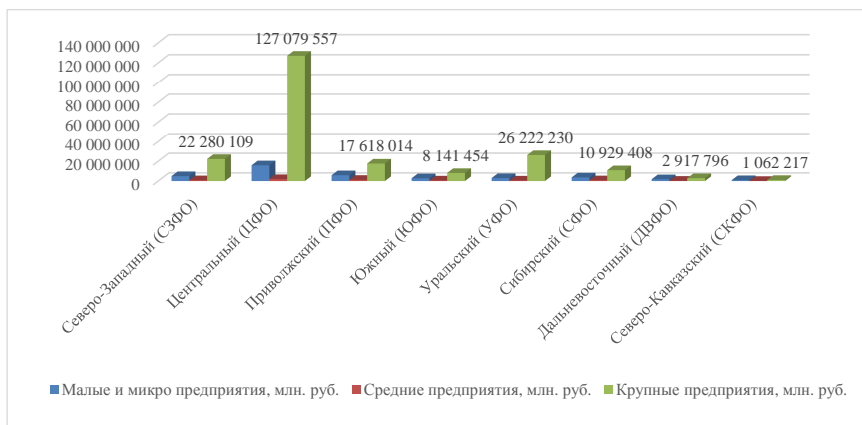


Рисунок 2. Объем выручки от продаж предприятий крупного, малого и среднего бизнеса в разрезе федеральных округов РФ в 2017 году, млн. руб.¹

Так, по количеству предприятий во всех федеральных округах наибольший удельный вес занимают малые и микро. В тоже время по объему выручки крупные предприятия значительно превосходят сравниваемые компании, что позволяет говорить об их значимости.

Выявленная высокая корреляция показателей развития крупного бизнеса с данными в регионах России по ВРП, численности населения, инвестициями в основной капитал свидетельствует о значимой роли крупного бизнеса в достижении задач развития региона. В дальнейшем в связи с действием механизма налоговых поступлений в бюджет субъекта РФ и Российской Федерации в целом необходимо выявить изменения в двух группах субъектов крупного бизнеса в регионе присутствия: по предприятиям с головным офисом в анализируемом регионе и фирмам, не имеющим такого представительства, оценив их влияние на региональное экономическое развитие.

¹ Составлено по данным СПАРК-Интерфакс и ЕМИСС.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭТАП ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

STRATEGIC ANALYSIS AS AN OBJECTIVE STAGE OF FORMING STRATEGIC GOALS OF ORGANIZATION

**Давыдова А.Э.,
Davidova A.E.,
магистрант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: alicedavydova@yandex.ru,
Научный руководитель:
Маленков Ю.А.,
д.э.н., профессор СПбГУ**

Ключевые слова:

Стратегический менеджмент, стратегический анализ, стратегия

Key words:

Strategic management, strategic analysis, strategy

Стратегический анализ - это сложный процесс, включающий в себя исследование бизнес-среды организации, в которой она осуществляет свою деятельность, направленный на формулирование стратегии и формирование стратегических целей организации. Определения стратегического анализа могут отличаться с академической или деловой точки зрения, но этот процесс должен включать несколько общих процессов:

- выявление и оценка факторов, значимых для стратегии компании;
- определение параметров внутренней и внешней среды, подлежащих анализу;
- использование аналитических методов.

Важность применения стратегического анализа в современных условиях обуславливается, прежде всего, его целью – поиском ключевых факторов успеха компании в долгосрочной перспективе. Кроме того, цель стратегического анализа подразумевает формирование представления у руководства, какие именно факторы оказывают влияние на достижение стратегического успеха компании и в пользу, какой стратегии развития, руководству целесообразно сделать выбор направлений развития с учетом всех возможных благоприятных и неблагоприятных воздействий.

Можно создать различные структуры стратегических целей, но если они не согласуются с правильно выбранными стратегическими приоритетами, то организация будет тратить свое время, энергию и ресурсы впустую. Менеджменту компании необходимо сосредоточиться на целях, которые будут фокусировать, и координировать усилия на стратегических целях и приоритетах.

Современный стратегический анализ подразумевает применение множества различных инструментов для оценки внутренней и внешней среды компании. Для формирования базы данных компании могут применять различные формальные модели, аналитические инструменты, качественные методы. Так, на сегодняшний день, среди наиболее популярных методов стратегического анализа можно назвать PEST-анализ, SWOT-анализ, KPI, BSC, ADL-матрица, McKinsey/GE матрица и некоторые другие¹.

Применение каждого отдельного метода позволяет решить лишь ограниченный круг задач стратегического менеджмента для конкретной компании, поэтому современные эксперты советуют применять комплекс инструментов стратегического анализа. Однако в этой области существует ряд проблем. В том числе:

1. Отсутствуют методики комплексного применения инструментов стратегического анализа.
2. При некорректном применении инструментов стратегического анализа высокая вероятность выбора ошибочных путей развития компании.
3. В рамках стратегического анализа ограничено применение количественных оценок, так как отсутствуют систематизированные показатели и инструменты стратегического анализа, адаптированные под компании различных сфер деятельности.
4. Стратегический анализ в практическом применении охватывает лишь наиболее существенные сферы жизнедеятельности компании на текущий момент, в связи с чем, на данном этапе могут быть упущены факторы, способны существенно ухудшить рыночную позицию компании.

По мнению автора, несмотря на существование ряда инструментов стратегического анализа, методология проведения стратегического исследования требует развития и совершенствования с применением системного подхода.

Применение стратегического анализа позволяет определить приоритеты и определить наиболее важные цели, которые обеспечат в долгосрочной перспективе максимальную выгоду для организации. Каждая сфера деятельности и направление развития компании следует представлять в виде декомпозиции целей, что сегодня практически отсутствует. Примеры стратегических целей:

1. Стратегические цели в области управления развитием компании - создание и запуск нового продукта(ов), завоевание рыночных позиций, освоение новых клиентских сегментов;

¹ Ермакова К.Л., Штоколова К.В. Инструменты стратегического анализа деятельности организации // Политика, экономика и инновации. 2018. №4 С.2-3

2. Цели обучения и развития персонала – создать и внедрить программу обучения, открыть новые офисы, внедрение системы служебной аттестации и поощрения сотрудников;

3. Цели в области развития бизнес-процессов – реорганизация организации, улучшение распределения ресурсов, снижение производственных затрат, увеличить веб-трафик.

Несмотря на ряд трудностей, обусловленных, прежде всего, концептуальными основами стратегического анализа как средства обоснования стратегического выбора, на сегодняшний день, данный вид исследования все еще не занимает ключевое место в процессе развития компании и представляет собой полноценный и неотъемлемый этап выбора стратегии и разработки стратегических целей.

Применение стратегического анализа позволит компании проанализировать причины и факторы, влияющие на ее успех в конкурентной борьбе. Владение данным средством само по себе является конкурентным преимуществом, так как компания оперативно и своевременно получает актуальную информацию о состоянии рынка или отрасли и может применить ее для достижения своих целей.

ТЕХНОЛОГИИ ГЕЙМИФИКАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

GAMIFICATION TECHNOLOGY IN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Едемская С.Е.,
Edemskaya S.E.,
магистрант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: svetlanaedemskaya97@gmail.com,
Стасюк А.А.,
Stasyuk A.A.,
бакалавр СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: annst23@mail.ru,
Научный руководитель:
Минина В.Н.,
д.с.н., профессор СПбГУ

Ключевые слова:

Геймификация, управление человеческими ресурсами, вовлечение персонала

Keywords:

Gamification, human resource management, employee engagement

Высокая скорость технологических и технических изменений, жесткие условия конкуренции, глобализация экономики заставляют компании активно модернизировать бизнес-процессы и пересматривать применяемые технологии управления человеческими ресурсами. Перед практиками современного менеджмента встает вопрос о моделировании единой внутренней среды организации, которая обеспечит максимальную отдачу усилий сотрудников и создаст благоприятную почву для достижения ключевых бизнес-показателей. По данным исследования американского института общественного мнения Gallup¹, в настоящее время только 29% сотрудников вовлечены в работу своей компании, что говорит о необходимости поиска и применения новых технологий в управлении человеческими ресурсами. Одним из инструментов, позволяющих решать данные задачи, является геймификация.

Одной из основных форм взаимодействия человека с обществом является принятие определенных ролей в заданных условиях, что частично можно отождествить с игровым процессом. Каждый индивид на разных этапах жизни использует игру как инструмент удовлетворения потребностей и приспособления к окружающей среде. В самом общем смысле, игра определяется как один из видов активности человека. Академик Г.К. Селевко трактует понятие следующим образом: игра - вид деятельности в

¹ Few Millennials Are Engaged at Work [Электронный ресурс] — URL: <http://news.gallup.com/businessjournal/195209/few-millennials-engaged-work.aspx> (дата обращения: 23.10.2018).

условиях ситуаций, направленных на воссоздание и усвоение общественного опыта, в котором складывается и совершенствуется самоуправление поведением¹.

С быстрым развитием информационных технологий и цифровизации общества значение игры выходит на новый уровень. Благодаря высокому уровню вовлеченности, игры поглощают другие виды досуга, интенсивно внедряются во многие неигровые процессы. Общее количество людей, играющих в игры, в мире в 2018 году составило около 2,3 миллиарда человек (около 31 % всего населения земного шара)². Эти данные показывают, что у современного поколения людей на первый план выходит потребность в игре как в увлекательной и доставляющей удовольствие деятельности, что находит отражение во всех сферах жизни человека. Так, игры, ранее противопоставляемые трудовому процессу, становятся инструментом вовлечения в него людей. Чтобы удержаться на плаву и остаться на рынке, бизнес-организации ищут новые технологии, позволяющие использовать увлеченность играми на пользу компании.

Авторами рассмотрены различные подходы к определению данной категории, а также области ее практического применения в различных сферах работы с человеческими ресурсами: отбор, адаптация, мотивация, обучение. Произведены анализ и оценка инструмента «Октализ» для разработки и внедрения геймификации, который учитывает разные группы мотивирующих к игре факторов.

Источником данных выступает информация, представленная в открытом доступе: интервью с руководителями HR-подразделений компаний, внедривших данную технологию управления; корпоративные ролики о внедрении геймификации в рабочий процесс; официальные сайты консалтинговых фирм, выполнявших проекты разработки игровых механик. В результате исследования рассмотрен практический аспект использования геймификации на примерах компаний: Citerius, Formapost, ExactTarget, Билайн, YOTA, Моменто деньги, Moko-consulting group, GURU Mobile Connect, Marriott International, Uber, Xerox.

Так, на основе анализа опыта компаний, можно заключить, что тренд на внедрение геймификации в процессы управления человеческими ресурсами задается крупными организациями со стандартизированным видом работ, в которых деятельность сотрудников можно сравнивать относительно друг друга. Вместе с этим, данная техноло-

¹ Селевко Г.К. Современные образовательные технологии: Учебное пособие./Г.К. Селевко – М.: Народное образование, 1998. – 256 с.

² Wijman, T. Newzoo's 2018 Report: Insights Into the \$137.9 Billion Global Games Market [Электронный ресурс] // NewZoo. – URL: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoos-2018-report-insights-into-the-137-9-billion-global-games-market/> (дата обращения: 25.10.2018)

гия чаще используется компаниями, подразделения которых представлены в разных регионах, что дает возможность стандартизировать критерии оценки результатов деятельности сотрудников.

По результатам анализа геймификации в области управления человеческими ресурсами можно выделить преимущества инструмента: воздействие на личностные факторы сотрудника, побуждающие к эффективной деятельности; повышение уровня вовлеченности и лояльности персонала; укрепление корпоративной культуры и формирование общего поля организационного восприятия; развитие HR-бренда компании в пространстве внутренней и внешней среды рынка труда. К основным ограничениям геймификации следует отнести следующее: продолжительная подготовительная стадия при внедрении инструмента; отсроченный эффект от применения технологии; затруднительная доступность малым и средним компаниям; высокая вероятность возникновения сопротивления и необходимость работы с ним.

Полученные в ходе анализа результаты целесообразно использовать для оценки рисков и прогнозирования степени осуществимости и успешности внедрения геймификации в трудовой процесс. Проведенное теоретическое исследование дает возможность для первичного ознакомления с новым инструментом управления человеческими ресурсами и, как следствие, шанс на пересмотр привычного подхода к оперированию традиционным инструментарием менеджмента человеческих ресурсов российскими организациями при условии сознательного и взвешенного обращения к геймификации как к инструменту, преобразующему отдельные элементы рабочего процесса.

**ПЕРСПЕКТИВЫ ЕДИНОГО СТАНДАРТА БЛАГОПОЛУЧИЯ ГРАЖДАН
И «МНИМЫЙ ДЕФИЦИТ» РЕГИОНАЛЬНЫХ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ
В РОССИИ**

**PROSPECTS FOR THE UNIFORM STANDARD OF CITIZENS WELL-BEING AND
THE «IMAGINARY DEFICIT» OF REGIONAL BUDGET EXPENDITURES IN
RUSSIA**

**Мальцев Я.А.,
Maltsev Y.A.,
магистрант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: YM345@YA.RU
Научный руководитель:
Кайсарова В.П.,
к.э.н., доцент СПбГУ**

Ключевые слова:

Единый стандарт благополучия, дефицит региональных бюджетных расходов, дотации

Keywords:

Uniform standard of well-being, deficit of regional budget expenditures, donations

Концепция обеспечения единого стандарта благополучия граждан России (далее – Концепция ЕСБ) неоднократно обсуждалась в Совете Федерации, начиная с 2016 года. Ее смысл заключается в обеспечении неснижаемого, минимального уровня качества жизни для всех граждан РФ, независимо от места их проживания, а первым шагом реализации может стать учет обеспечения стандарта благополучия при формировании бюджетной политики в сфере предоставления дотаций (при формировании так называемых «модельных бюджетов»)¹.

Расчет «модельного» бюджета России осуществляется в соответствии с постановлением Правительства РФ от 22.11.2004 № 6702. Но применяемая методика расчета дотаций для регионов изобилует константами, которые, на наш взгляд, недостаточно полно объяснены и обоснованы. Поэтому данную методику необходимо сравнить с альтернативной.

Бюджетные расходы консолидированного бюджета региона на душу населения представляются ключевым показателем, который отражает государственное обеспечение (в том числе и государственные услуги) граждан на соответствующей территории.

¹ Совет Федерации уже приступил к практической реализации Послания Президента Федеральному Собранию — В. Матвиенко // Официальный сайт Совета Федерации — верхней палаты российского парламента. URL: <http://council.gov.ru/events/news/90685/> (дата обращения: 01.06.2019).

² Постановление Правительства РФ от 22 ноября 2004 г. N 670 "О распределении дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности субъектов Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями) // «Гарант» — информационно-правовой портал URL: <https://base.garant.ru/187556/> (дата обращения: 01.06.2019).

Также необходимо учитывать и уровень цен на данной территории. Исходя из этих двух ключевых показателей, можно рассчитать сумму «мнимого дефицита (профицита)» бюджетных расходов региона относительно среднероссийского уровня или уровня другого субъекта Российской Федерации. Предлагаемая формула расчета мнимого дефицита (профицита) региона следующая:

$$\Delta G_i = ((GL_{б.р.} * k_{ц}) - GL_i) * L_i, \quad (1)$$

где

ΔG_i – мнимый дефицит (профицит) консолидированного бюджета сравниваемого региона;

$GL_{б.р.}$ – расходы консолидированного бюджета на душу населения базового региона;

GL_i – расходы консолидированного бюджета на душу населения сравниваемого региона;

$k_{ц}$ – отношение уровня цен сравниваемого региона к уровню цен базового региона;

L_i – численность населения сравниваемого региона.

Таким образом, расчет нивелирует разницу уровней цен при сравнении расходов бюджетов регионов, позволяя определить сумму необходимую для повышения (снижения) государственного обеспечения граждан до уровня базового региона. Федеральные трансферты в настоящее время уже включены в доходы региональных бюджетов, поэтому полученный «мнимый дефицит» отражает необходимую сумму дополнительного финансирования сверх существующих дотаций.

Нами использовались данные за 2018 год Федерального казначейства по расходам консолидированных региональных бюджетов¹, Федеральной службы государственной статистики о численности населения регионов и стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг², в качестве показателей базового региона использовались среднероссийские значения и данные по г. Москве, г. Санкт-Петербургу, Республике Татарстан. Расчеты показали, что для повышения государственного обес-

¹ Консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации и бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов // Официальный сайт казначейства России URL: <https://roskazna.ru/ispolnenie-byudzhetrov/konsolidirovannye-byudzhety-subektov> (дата обращения: 01.06.2019).

² Регионы России. Социально-экономические показатели // Федеральная служба государственной статистики - официальный сайт URL: http://www.rosstat.gov.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 01.06.2019).

печения граждан (мнимый дефицит) в отстающих регионах до среднероссийского уровня необходимо суммарно – 2 041,74 млрд. руб., а до уровня г. Москвы – 7 588,80 млрд. руб., до уровня в г. Санкт-Петербурга – 3 868,81 млрд. руб., до уровня Республики Татарстан – 3 418,56 млрд. руб.

Таблица 1. Мнимый дефицит и мнимый профицит расходов консолидированных бюджетов регионов РФ в 2018 г.*

	Необходимое финансирование для увеличения уровня бюджетных расходов (Излишек бюджетных расходов относительно уровня региона), в трлн. руб.			
	До среднероссийского	До уровня г. Москвы	До уровня Санкт-Петербурга	До уровня Республики Татарстан
Мнимый дефицит бюджетов регионов	2,042	7,589	3,869	3,418
Мнимый профицит бюджетов регионов	(1,881)	(0,378)	(1,158)	(1,297)

Таблица 2. Лидеры по мнимому бюджетному дефициту расходов консолидированных бюджетов регионов РФ в 2018 г.*

Регион	Необходимое финансирование для увеличения уровня расходов, в трлн. руб.			
	До среднероссийского	До уровня г. Москвы	До уровня Санкт-Петербурга	До уровня Республики Татарстан
Краснодарский край	0,170	0,445	0,269	0,246
Ростовская область	0,126	0,323	0,198	0,181
Республика Дагестан	0,112	0,241	0,159	0,148
Ставропольский край	0,099	0,228	0,146	0,135
Республика Башкортостан	0,087	0,264	0,151	0,136
Нижегородская область	0,071	0,221	0,125	0,113
Волгоградская область	0,066	0,174	0,105	0,096
Саратовская область	0,061	0,158	0,096	0,087
Самарская область	0,060	0,202	0,112	0,100
Алтайский край	0,058	0,157	0,094	0,086
Приморский край	0,053	0,158	0,091	0,083

Таблица 3. Лидеры по мнимому бюджетному профициту расходов консолидированных бюджетов регионов РФ в 2018 г.*

Регион	Излишек бюджетных расходов в трлн. руб. относительно:			
	Среднероссийского уровня	Уровня г. Москвы	Уровня Санкт-Петербурга	Уровня Республики Татарстан
г. Москва	(0,859)	0	(0,548)	(0,620)
Республика Саха (Якутия)	(0,137)	(0,079)	(0,116)	(0,121)
Ямало-Ненецкий автономный округ	(0,134)	(0,101)	(0,122)	(0,125)
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	(0,124)	(0,031)	(0,091)	(0,099)
Сахалинская область	(0,117)	(0,089)	(0,107)	(0,109)
г. Санкт-Петербург	(0,101)	0,179**	0	(0,023)

*Рассчитано авторами по формуле 1 на основании данных Федерального казначейства по расходам консолидированных региональных бюджетов за 2018 г.¹, и данных Федеральной службы государственной статистики о численности населения регионов и стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг на начало 2018 г.²

**Мнимый дефицит относительно г. Москвы.

Среди лидеров по «мнимому дефициту» бюджетных расходов относительно среднероссийского уровня оказались субъекты Федерации: Краснодарский край, Ростовская область, Республика Дагестан, Ставропольский край, Республика Башкортостан, Нижегородская область, Волгоградская область, Саратовская область, Самарская область, Алтайский край, Приморский край.

Отметим, что расчеты показали «мнимый профицит» в регионах, т.е. излишек в расходах некоторых консолидированных региональных бюджетах. Целесообразность изъятия излишка путем снижения бюджетных расходов в этих регионах представляется довольно спорной.

Среди лидеров по «мнимому профициту» бюджетных расходов относительно среднероссийского уровня оказались: г. Москва, Якутия, Ямало-Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский автономный округ, Сахалинская область, г. Санкт-Петербург.

¹ Консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации и бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов // Официальный сайт казначейства России URL: <https://roskazna.ru/ispolnenie-byudzhetrov/konsolidirovannye-byudzhety-subektov> (дата обращения: 01.06.2019).

² Регионы России. Социально-экономические показатели // Федеральная служба государственной статистики - официальный сайт URL: http://www.rosstat.gov.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 01.06.2019).

Таким образом, данная альтернативная методика дополнительного финансирования региональных бюджетов выявила существенную, хоть и скрытую потребность в дополнительных дотациях региональных бюджетов, путем расчета «мнимого дефицита» бюджетных расходов. Недостатком данной методики является то, что она не учитывает текущее соотношение бюджетных расходов к ВРП. Рассчитанный мнимый дефицит отражает примерно ту сумму средств, которую придется дополнительно потратить при дальнейшем развитии и реализации Концепции ЕСБ. Поэтому Концепция ЕСБ должна определить источники дополнительного финансирования регионов, и именно от этого будут зависеть ее перспективы развития и реализации.

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СГЛАЖИВАНИЯ ПОЛЯРИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

REGIONAL MARKETING AS A TOOL FOR POLARIZATION REDUCTION OF REGIONAL DEVELOPMENT IN RUSSIA

**Мелкумова К.А.,
Melkumova K.A.,
магистрант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: kristusha7@yandex.ru**

Ключевые слова:

Регион, маркетинг, региональный маркетинг, маркетинговая стратегия

Keywords:

Region, marketing, regional marketing, marketing strategy

В условиях ограниченности бюджетных ресурсов регионы Российской Федерации отличаются сильной поляризованностью в социально-экономическом развитии. Поляризация характеризует устойчивую неравномерность размещения сфер хозяйственной системы государства, отраслей производства, видов деятельности, производителей сил и др. Богатые регионы не только развиваются опережающими темпами, но и становятся все более привлекательными для населения, проживающего в депрессивных регионах. Как следствие, возрастает отток жителей из отстающих регионов в развитые; теряются трудовые ресурсы, закрываются предприятия, страдает бизнес, и возникает множество сопутствующих проблем.

Для сравнения, рассмотрим один из важнейших показателей социально-экономического развития территории – численность населения. Население Москвы и Московской области по состоянию на 1 января 2019 года составляет 20 214 926 чело-

век¹, это 13,77% от населения всего государства. Ежегодно данный показатель возрастает (прирост за 2018 год составил 205 100 человек). Параллельно в некоторых субъектах Российской Федерации в последние годы численность населения стабильно снижается. В качестве примера можно привести один из депрессивных субъектов - Псковскую область, население которой в 2018 году составляло 636 546 человек, а по состоянию на 1 января 2019 года - 629 651 человек. В таблице 1 представлена динамика изменения численности населения в трех субъектах Российской Федерации в период с 2009-2019 гг.

Таблица 1. Динамика изменения численности населения Московской, Рязанской и Псковской областей в период с 2009 по 2019 гг.

Субъект РФ	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Московская область	18 239 646	18 406 368	18 647 316	18 811 629	19 027 613	19 241 877
Рязанская область	1 167 904	1 161 805	1 151 838	1 148 457	1 144 650	1 140 844
Псковская область	690 335	681 892	671 272	666 924	661 507	656 561
	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2009, %
Московская область	19 428 664	19 648 773	19 804 134	20 009 853	20 214 926	10,83%
Рязанская область	1 135 438	1 130 103	1 126 739	1 121 474	1 114 137	-4,60%
Псковская область	651 108	646 374	642 164	636 546	629 651	-8,79%

Составлено автором на основе данных ЕМИСС (<https://fedstat.ru>)

Данные таблицы свидетельствуют о том, что за последние 10 лет численность населения Московской области выросла на 10,83%, в то время как тот же показатель в Рязанской и Псковской областях упал на 4,6% и 8,79% соответственно.

Стабильное снижение численности населения Рязанской области связано не столько с естественной убылью населения, сколько с миграцией жителей на заработки в соседнюю Московскую область. Таким образом, подтверждается высказанное ранее предположение о том, что развитые регионы привлекательнее для жителей менее развитых регионов.

Описанная неравномерность в распределении человеческих ресурсов относительно территории государства подтверждает существующие диспропорции в развитии субъектов Российской Федерации.

В связи с этим, возникает острая необходимость определить приоритетные направления социально-экономического развития в средне- и долгосрочной перспекти-

¹Данные опубликованы Единой межведомственной информационно-статистической системой (ЕМИСС).

ведя каждого субъекта Российской Федерации. Чтобы сгладить существующую неравномерность, необходимо применять новые подходы в региональной экономической политике. С этой целью в рамках каждого региона следует определить конкретные инвестиционные приоритеты и осуществлять на их базе развитие «точек» социально-экономического роста региона. Для правильного определения «точек» роста региона и их продвижения может быть использован инструмент регионального маркетинга.

В рамках регионального маркетинга выделяется несколько этапов¹:

1. Определение целевой аудитории;
2. Проведение SWOT-анализа для оценки конкурентоспособности региона;
3. Анализ восприятия территории целевой аудиторией;
4. XYZ- и CLV-анализ потребителей территориальных благ;
5. ABC-анализ ассортимента предоставляемых благ;
6. Позиционирование территории;
7. Анализ развития бизнеса на территории;
8. Анализ степени идентификации жителей с территорией;
9. Разработка программ развития и продвижения территории.

При разработке маркетинговой стратегии могут быть задействованы также и другие инструменты (PEST-анализ, SNW-анализ, анализ конкуренции по М. Портеру, вековая матрица и другие).

Основная задача регионального маркетинга – развить конкурентное преимущество территории, которое сделало бы ее более привлекательной с точки зрения инвестиционной привлекательности на фоне остальных регионов. Наибольший успех в социально-экономическом развитии будет иметь территория, которая на основе использования своих конкурентных преимуществ, развитии приоритетных отраслей, сможет грамотно презентовать и позиционировать себя.

Очень важно, чтобы как можно большее количество регионов осознали прогрессивность и эффективность данной политики и начали двигаться в этом направлении. Правительству каждого региона необходимо выделить средства и найти специалистов, которые смогли бы провести комплексный анализ существующего положения территории, отыскать или изучить ее конкурентные преимущества перед другими регионами.

¹Панкрухин А.П. Маркетинг территорий 2-е изд, дополн – СПб Питер 2016. – С.43

**ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК МЕХАНИЗМ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ
ИНВЕСТИЦИЙ В СУБЪЕКТЫ РФ**

**PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP AS A MECHANISM OF SOCIO-ECONOMIC
DEVELOPMENT AND INVESTMENT ATTRACTION IN THE SUBJECTS OF THE
RUSSIAN FEDERATION**

**Серебренников М.С.,
Serebrennikov M.S.,
магистрант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: mss333_05@mail.ru**

Ключевые слова:

Государственно-частное партнёрство, инвестиционный климат в Российской Федерации, национальные проекты, инвестиции в социально-значимую инфраструктуру

Keywords:

Public-private partnership, investment climate in the Russian Federation, national projects, investments in socially significant infrastructure

В современной России все более актуальным становится использование механизма государственно-частного партнерства, особенно в разрезе социально-экономического развития и инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации. ГЧП является одним из дополнительных эффективных способов развития общественной инфраструктуры, который основан на долгосрочном взаимодействии государства и бизнеса, при котором частный инвестор участвует не только в проектировании, финансировании, строительстве или реконструкции объекта инфраструктуры, но и в его последующей эксплуатации. Являясь инструментом развития и объединения ресурсов государства и частного сектора, государственно-частное партнерство способствует ускорению инвестиционных процессов в государстве.

На сегодняшний день в российской экономике существует множество незавершенных и убыточных инфраструктурных проектов, которые нуждаются в крупных инвестиционных вложениях. Обособленно решить данную проблему не может ни государство, ни бизнес. Например, на период с 2017-2018 гг., инвестиции в инфраструктуру, привлечённые на основе государственно-частного партнерства, составили: в транспортной сфере 1 031 млрд. руб., коммунальной сфере – 488 млрд. руб., социальной сфере – 220 млрд. руб.¹

В 2019 году в Российской Федерации были утверждены планы реализации 13 национальных проектов, каждый из которых содержит ряд национальных целей, кото-

¹ Проект национального доклада о привлечении частных инвестиций в развитие инфраструктуры и применения механизмов государственно-частного партнерства в Российской Федерации. URL:<http://pppcenter.ru/assets/docs/22032019reiting.pdf>.

рые были озвучены в майском указе Президента 2018 года. На их достижение в 2019-2024 гг. будет выделено 13 158 млрд. руб. из федеральных бюджетных средств, 4903 млрд. руб. из средств региональных бюджетов, 147,8 млрд. руб. из средств государственных внебюджетных фондов¹. Дополнительно необходимо привлечь 7515,3 млрд. руб. из внебюджетных источников финансирования.

Одним из механизмов привлечения внебюджетных средств может стать государственно-частное партнерство. Данный инструмент, по сравнению с другими, позволяет более эффективно, практически без рисков, сбалансировать взаимодействие между государством, частным партнером и подрядчиками. Во многом, это достигается за счет привлечения в данный процесс фабрики проектного финансирования, администратором которой выступает государственная корпорация развития РФ.

За счет реализации данного механизма инвестиционный климат Российской Федерации с каждым годом развивается и приносит положительные результаты в развитии и модернизации инфраструктуры государства. Так, на конец 2018 года реализовалось 3422 контрактованных ГЧП проектов, из них: 24 проекта на федеральном уровне с консолидированным бюджетным объемом в 496 млрд. руб., 356 проектов на региональном уровне с консолидированным бюджетным объемом в 1 318 млрд. руб., 3 042 проекта на муниципальном уровне с консолидированным бюджетным объемом в 368,1 млрд. руб. Региональные проекты намного привлекательнее для инвесторов, несмотря на масштабность федеральных². Что касается национальных проектов, а также реализации национальных целей на региональном уровне, то государственно-частное партнерство пока до конца не регламентировано по расходованию бюджетных средств через данный механизм, что, несомненно, осложняет процесс реализации.

Подводя итог вышесказанному, необходимо отметить, что в настоящее время государственно-частное партнерство выступает как один из наиболее эффективных инструментов привлечения частных инфраструктурных инвестиций во все общественно значимые сектора экономики (транспорт, социальная сфера, энерго-, тепло- и водоснабжение и т.д.), в том числе, на региональном и муниципальном уровнях. Эта практика должна быть использована и для реализации национальных целей на региональном уровне на основе развития проектного подхода в управлении регионами.

¹ Национальные проекты: целевые показатели и основные результаты. URL:<http://static.government.ru/media/files/p7nn2CS0pVhvQ98OOwAt2dzCIAietQih.pdf>.

² РОСИНФА. Просто и честно об инвестициях в инфраструктуру и государственно-частном партнерстве в России. URL:<http://pppcenter.ru/assets/files/obzor240419.pdf>.

**ВЛИЯНИЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЧИСЛЕННОСТИ ГОССЛУЖАЩИХ РФ
НА КОМПЛЕКТОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ**

**INFLUENCE OF REFORMING THE NUMBER OF CIVIL SERVANTS OF THE
RUSSIAN FEDERATION ON THE FORMATION AND ORGANIZATION OF
PUBLIC ADMINISTRATION**

**Шерганов Д.Ю.,
Sherganov D.Y.,
магистрант СПбГУ,
Санкт-Петербург,
e-mail: sherganovdima@gmail.com**

Ключевые слова:

Численность госслужащих, реформа государственного управления, сокращение численности госслужащих

Keywords:

The number of civil servants, public administration reform, reduction of the number of civil servants

По мере становления новой государственности в РФ после распада СССР и до сегодняшнего дня, роль и значение государственной службы как публично-правового института возрастает с каждым годом, так как именно от степени развития и укомплектованности данного института зависит успех реализуемых политических, социальных, экономических и других реформ. В свою очередь, качество осуществляемой деятельности любого публично-правового института зависит от количественных характеристик. На рисунке 1 представлена динамика численности государственных гражданских служащих в Федеральных государственных органах и органах субъектов РФ. Важно отметить, что резкое увеличение численности госслужащих в 2014 году связано с тем, что с указанного года в статистике учитывается численность территориальных органов МВД России. По состоянию на конец 2014 года численность территориальных органов МВД составляла 656301 человек.¹

Действительно, полемика по поводу численности госслужащих является актуальной на сегодняшний день, так как, во-первых, степень укомплектованности государственных органов служащими является важным показателем с точки зрения деятельности любого публично-правового института, а, во-вторых, инициативы по сокращению численности госслужащих в РФ уже имели место быть в течение этого десятилетия.

¹ Численность сотрудников МВД - Реальное время. URL: <https://realnoevremya.ru/attachments/221>. (Дата обращения 22.10.2019).

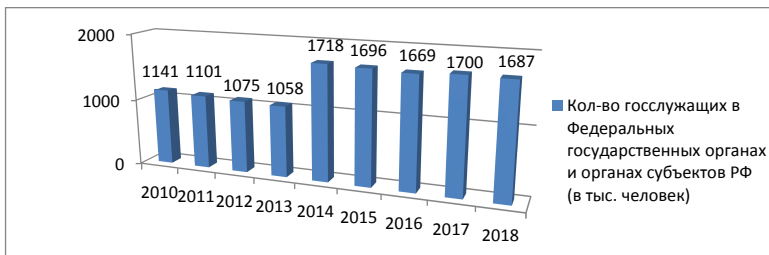


Рис. 1. Количество госслужащих в Федеральных государственных органах и государственных органах субъектов РФ с 2010 по 2018 год (на конец года).¹

О необходимости сокращения численности государственных гражданских служащих в Российской Федерации говорят давно, однако, лишь дважды были предприняты реальные шаги по реализации данной инициативы: в 2010 и 2015 годах. 31 декабря 2010 года Президент РФ Дмитрий Медведев подписал Указ N 1657 «Об оптимизации численности федеральных государственных гражданских служащих и работников федеральных государственных органов»². В рамках данного Указа планировалось сокращение численности госслужащих не менее чем на 20% к концу 2013 года по отношению к численности 2010 года. Однако, анализируя рисунок 1, можно сделать вывод, что установленного сокращения численности не произошло. Несмотря на это, важно отметить, что численность государственных служащих в Федеральных государственных органах и органах субъектов РФ снизилась на 7,2%. При этом численность госслужащих в Федеральных государственных органах в период с 2011 по 2013 год снизилась на 8,6%, в то время как в органах субъектов РФ на 2,8%.

Вторая попытка сокращения численности госслужащих в Российской Федерации произошла в 2015 году, когда было подписано Постановление от 11 декабря 2015 года №1353³. Главной целью данной инициативы являлось сокращение численности государственных служащих на 10% в связи, в первую очередь, с непростой бюджетной ситуацией и необходимостью повышения эффективности деятельности государственного аппарата.

¹ Сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: https://www.gks.ru/folder/11191_ (Дата обращения 12.10.2019).

² Указ Президента РФ от 31.12.2010 года №1657 «Об оптимизации численности федеральных государственных гражданских служащих и работников федеральных государственных органов».

³ Постановление Правительства РФ от 11.12.2015 №1353 (ред. от 30.12.2017) «О предельной численности и фонде оплаты труда федеральных государственных гражданских служащих и работников, замещающих должности, не являющиеся должностями федеральной государственной гражданской службы, центральных аппаратов и территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, а также о признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации».

В документе не указаны определенные сроки достижения заявленной цели, однако, основная задача, указанная в вышеупомянутом Постановлении, не выполнена до сих пор. В период с 2015 до конца 2018 года численность государственных служащих в Федеральных государственных органах и органах субъектов РФ снизилось лишь на 0,5%.

Реализация данных инициатив оказала негативное влияние на систему комплектования органов государственной власти. Особенно это заметно, если изучить степень укомплектованности должностей Федеральных государственных органов, таких как Конституционный суд РФ (укомплектованность должностей на конец 2018 года – 64,3%), Министерство науки и высшего образования РФ (69,1%), Администрация Президента РФ (74,6%)¹. Столь низкий уровень укомплектованности должностей говорит о наличии «мертвых душ», сокращение которых произойдет в первую очередь при анонсировании очередной реформы сокращения численности госслужащих. Вторая проблема, выявленная в ходе реализации инициатив по сокращению численности госслужащих – передача функций чиновников подведомственным учреждениям (в этом случае госслужащие не учитываются в статистике). Также важной проблемой является дублирование функций, когда одну и ту же работу выполняют разные сотрудники, что говорит о слабой организации структуры распределения полномочий и обязанностей.

Таким образом, для повышения эффективности деятельности государственного аппарата необходимо, в первую очередь, провести оптимизацию его деятельности: структурировать полномочия органов, их функции, определить необходимый уровень затрат, а уже вследствие этого делать выводы по поводу необходимости сокращения численности.

Однако, главное, чтобы запланированное сокращение численности госслужащих не привело к снижению эффективности государственных органов власти, а также снижению привлекательности госслужбы для выпускников образовательных учреждений.

¹ Госслужба в цифрах. URL: <https://gossluzhba.gov.ru/analytics/> (Дата обращения 28.10.2019).

К ВОПРОСУ ПРИМЕНЕНИЯ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В АЭРОПОРТУ

APPLICATION OF BIOMETRICS TECHNOLOGY IN AIRPORT

Гордюшова К.О.,
Gordyushova K.O.,
магистрант Университета ИТМО,
Санкт-Петербург,
e-mail: kerry050696@gmail.com

Ключевые слова:

Биометрические технологии, аэропорт, пассажиры, обслуживание, безопасность

Keywords:

Biometric technologies, airport, passengers, service, safety

В соответствии с данными, представленные Международной Ассоциацией Воздушного Транспорта (ИАТА), глобальный пассажиропоток увеличится вдвое и к 2036 году составит 7,8 млрд. пассажиров в год. Все чаще пассажирам приходится приезжать в аэропорт заранее, при этом пассажиры испытывают дискомфорт, стоя на регистрации, на паспортном контроле и т.д. Процесс отправления пассажиров обычно занимает больше времени, чем процесс прибытия и включает в себя: проверку на входе, регистрацию, предполетный досмотр, таможенный и паспортный контроль и иногда другие услуги¹.

Многие аэропорты имеют ряд проблем, которые в дальнейшем могут сказаться на обслуживании пассажиропотока. Проблемы безопасности в последнее время вызвали множество изменений в процедурах проверки, что, к сожалению, влияет на время обслуживания пассажиропотока. Еще одной проблемой, с которой сталкиваются современные аэропорты – это ограниченная пропускная способность инфраструктуры. Операторы аэропортов решают эту проблему путем реконструкции терминала, которые несут за собой затраты более 1 триллиона долларов.

Уже сегодня мы наблюдаем, как быстро и стремительно происходит автоматизация основных производственных процессов и бизнес-процессов в аэропортах путем внедрения киосков самообслуживания, web-бронирование билетов и web-регистрация пассажиров. Однако остаются процессы, в которых автоматизация происходит очень медленно: паспортный контроль, таможенный контроль, предполетный досмотр. Замедленное развитие в данных процессах обусловлено специфичностью выполняемых действий, т.к. они связаны с авиационной безопасностью.

¹ SITA Passengers in Focus: <https://www.sita.aero/globalassets/docs/infographics/passengers-in-focus-infographic.pdf>

Решением данной проблемы могут выступать биометрические технологии, которые позволят пассажиру безопасно идентифицировать себя до и после поездки в аэропорт, чтобы успеть на рейс. Биометрические технологии – это множество технологий идентификации человека и подтверждения его личности, основанные на переводе в цифровую форму биологической, морфологической и поведенческой характеристик, т.е. «измерение человеческого тела». Основной целью применения биометрических технологий на транспорте является обеспечение транспортной безопасности, также они могут применяться для: контроля доступа, видеонаблюдения, оплаты проезда и повышения пассажиропотока. Используя биометрические данные о пассажирах, авиакомпании, аэропорты и государства смогут эффективно и безопасно управлять пассажиропотоком, а пассажиру больше не нужно будет показывать документы на всех этапах технологического процесса, тем самым ускорится процесс прохождения всех предполетных формальностей.

Биометрические технологии могут использоваться на всех этапах технологического процесса обслуживания пассажиров, таких как: регистрация, паспортный контроль, таможенный контроль и посадка пассажиров на борт воздушного судна. По данным исследования SITA 2019 года, 77% аэропортов и 71% планируют крупное вложение на фундаментальные исследования применения биометрических технологий в аэропорт¹.

Рассмотрим пример применения биометрических технологий на всех этапах технологического процесса, т.е. начиная от бронирования авиабилета до посадки в самолет.

1. Бронирование и покупка авиабилета. Уже на этапе покупке билета пассажир может сдать свои биометрические данные путем загрузки фотографии в систему.

2. Регистрация. Для регистрации пассажиру необходимо подойти к киоску регистрации для подтверждения биометрических данных (или их сдаче), сканирования паспорта и регистрации багажа. Зарегистрированные биометрические в дальнейшем будут применяться на всех этапах технологического процесса прохождения всех предполетных.

3. Паспортный и пограничный контроль осуществляется через специальные турникеты, где пассажиру достаточно посмотреть в камеру и отсканировать отпечаток пальца.

¹ Australian airports at risk of major security breaches, experts warn: <https://thenewdaily.com.au/news/national/2016/11/24/security-warning-australian-airports/>

4. Посадка пассажиров на борт воздушного судна производится с помощью турникетов, которые считывают посадочные, а также биометрические данные о пассажирах.

Внедрение биометрических технологий в деятельность аэропорта приносит ряд преимуществ:

- увеличение пропускной способности пассажирского терминала;
- повышение авиационной безопасности;
- рост доходов аэропорта за счет увеличения времени нахождения пассажиров в зоне ожидания вылета;
- распространение биометрических технологий позволит предотвратить кризис недостаточной инфраструктуры путем трансформации аэропортов;
- идентифицируя каждого пассажира, путешествующего через границу, цифровая идентификация затрудняет подделку документов, также цифровая идентификация может противодействовать терроризму.

Однако, для внедрения биометрических технологий, России предстоит решить ряд сдерживающих факторов, которые связаны с недостаточной нормативной-правовой базы, отсутствие процедуры сертификации, недоверие предприятий к применению биометрического оборудования и т.д.

Только после решения вышеуказанных проблем Россия сможет активно внедрять биометрические технологии в рамках программы «Безопасный город». Преимущества биометрических технологий при использовании очевидны. Это наилучшее возможное решение для безопасных путешествий, простого способа покупки билетов, управления пассажиропотоком и аналитики.

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТЬЮ
ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ**

**PUBLIC ADMINISTRATION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF
ENTERPRISES IN RUSSIA**

**Донская А.А.,
Donskaya A.A.,
магистрант Университета ИТМО,
Санкт-Петербург,
e-mail: daitalinna@mail.ru**

Ключевые слова:

Инновации, инновационная деятельность, инновационная активность, предприятия, государственное управление

Keywords:

Innovation, innovative activity, innovative activity, enterprises, public administration

Формирование инновационной экономики является стратегическим направлением развития России в первой половине XXI века, что естественно в условиях непрерывного развития и модернизации высокотехнологичного отечественного производства. Особенно важным государственным управлением инновационной активностью предприятий, направленное на ее стимулирование, важно в условиях сложного международного положения и изменения характера взаимодействия России с другими странами, чьим конкурентным преимуществом является как раз инновационный характер социально-экономической системы.

Под инновационной активностью принято понимать интенсивность осуществления экономическими субъектами деятельности по разработке и вовлечению новых технологий или усовершенствованных продуктов в хозяйственный оборот¹. Развитие российской экономики позволило ей занять 34 место по показателю внутренних затрат на исследования и разработки в процентах к ВВП за 2016 год из 45 стран; также в 2015-2016 годы Россия достигла существенного роста по показателю экспорта технологий².

В настоящее время существует ряд факторов, препятствующих инновационной активности российских предприятий (см. таблицу 1)³.

Исходя из данных, представленных в таблице 1, недостаток собственных денежных средств (20,5%) является лидером как фактор, препятствующий инновациям. Вторым по значимости фактором является высокая стоимость нововведений (15,3%). Все

¹ Васильев А.Н. Анализ динамики инновационной активности экономики Российской Федерации за 2003-2016 годы. – Волгоград, 2018

² Индикаторы инновационной деятельности [Электронный ресурс]. – М: Росстат, 2018. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/primarydata/ii2019>

³ Индикаторы инновационной деятельности (Статистический сборник) [Электронный ресурс]. – М: Росстат, 2019. – Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2019/05/06/1501882833/ii_2019.pdf

факторы связаны с недостаточным количеством денежных средств для внедрения инноваций на производства. Таким образом, главной проблемой в настоящее время является финансирование инновационной деятельности.

Таблица 1. Основные факторы, препятствующие инновациям (по оценкам организаций промышленного производства)

№	Фактор	Процент
1	Недостаток квалифицированного персонала	5,4%
2	Недостаток финансовой поддержки со стороны государства	10%
3	Высокая стоимость нововведений	15,3%
4	Недостаток собственных денежных средств	20,5%
5	Высокий экономический риск	10,3%
6	Низкий инновационный потенциал организаций	7,4%
7	Низкий спрос на новые товары, работы, услуги	5,2%

Необходимо создание благоприятной среды, в условиях которой осуществление инновационной деятельности будет выгодным. Также одним из возможных решений может служить создание корпоративных венчурных фондов. Компании заинтересованы инвестировать в инновационные проекты, так как они являются одним из инструментов конкурентной борьбы. По-прежнему актуальным является поиск иностранных инвесторов и создание условий для привлечения в Россию иностранных инвестиций.

Со стороны государства осуществляются государственные программы для развития инноваций в России и стимулирования инновационной активности российских предприятий. К таким программам относится «Экономическое развитие и инновационная экономика» (2013-2020 годы), одной из целей которой является повышение инновационной активности бизнеса, и программа «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года»¹.

Важную роль для повышения инновационной активности российских предприятий играют и меры налогового стимулирования инновационной активности: инвестиционный налоговый кредит, применение пониженных ставок налогов, уменьшение налогооблагаемой базы и т.д.

Таким образом, можно сделать вывод, что главным фактором сдерживания инновационной активности российских предприятий является недостаток средств, необходимых предприятиям для разработки инноваций и их внедрения на производство. Необходимо грамотное государственное управление инновационной активностью

¹ Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – М: Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. - Режим доступа: <http://ac.gov.ru/files/attachment/4843.pdf>

предприятий, включающее в себя создание благоприятных условий для инновационных процессов, финансовую поддержку, налоговое стимулирование, стимулирование создания корпоративных венчурных фондов и привлечение иностранных инвесторов.

ВЛИЯНИЕ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ НА ЭКОНОМИКУ И МЕНЕДЖМЕНТ

INFLUENCE OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL DEVELOPMENT ON ECONOMICS AND MANAGEMENT

**Ельшанский П.С.,
Elshansky P.S.,
магистрант Университета ИТМО,
Санкт-Петербург,
e-mail: elshanskiy.p@mail.ru**

Ключевые слова:

Научно-технологическое развитие, кибер-физические системы, искусственный интеллект, цифровая экономика, менеджмент

Keywords:

Scientific and technical development, cyber-physical systems, artificial intelligence, digital economy, management

Научно-технологическое развитие исследуется как процесс эволюционный, которому свойственны тенденции роста и ускорения. Результаты научно-технологического развития становятся все сложнее и изменяются экспоненциально. Возникает проблема предсказания уровня и тенденций экспоненциального роста производительности информационных технологий на экономику и менеджмент. Эволюция технологий привела к созданию технических средств, которые позволили расширить возможности работы с информацией из разных областей знания. Компьютеры и интернет стали предпосылкой создания информационных систем, которые позволяют избавить человека от рутинных решений и действий. Вместе с тем, информационные технологии устанавливают зависимость результатов деятельности человека от производительности компьютеров и скорости интернета.

Перечисленные события оставили далеко в истории бурные процессы индустриализации, характерные для экономики и менеджмента XX века. Экономика и менеджмент вступили в новую эру развития. Факторами развития экономики и менеджмента уверенно становятся кибер-физические системы, цифровые технологии, искусственный интеллект¹.

¹ Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии / Ник Бостром: Манн, Иванов и Фербер, Москва, 2016. Рэй Курцвейл Эволюция разума, или бесконечные возможности человеческого мозга, основанные на распознавании образов. – М.: Издательство «Эксмо», 2018.

Вхождение в новую эру развития стало возможным в результате интеграции вычислительных ресурсов и физических процессов на всем протяжении процесса создания ценности. Появилась возможность создания и применения кибер-физических систем. Спектр действия таких систем значительно шире границ традиционных индустриальных отраслей. В результате возникают волны технологических прорывов в самых различных областях: расшифровка информации, скрытой в генах человека; новые источники энергии; квантовые вычисления¹.

Цифровые технологии стали силой, которая вызвала глобальные трансформации не только в индустриальных отраслях. Высокий темп изменений достигнут в ритейле, логистике, финансах. Скорость деловых операций измеряется секундами. Нематериальные активы становятся важнейшим фактором долгосрочного успеха в бизнесе².

Высокая скорость перемен и динамика научно-технологического развития на основе кибер-физических систем и цифровых технологий создали почву для теорий и концепций сингулярности. В умах людей зреют ожидания скорого наступления технологической сингулярности. Идеи быстрого распространения искусственного интеллекта помогают людям верить в то, что скоро наступит время роботов. Как в этих условиях изменится привычная жизнь людей, какой будет экономика, каким станет менеджмент?

Представляется, что в условиях ускоряющейся внешней среды и переходу к сингулярности компании не смогут поддерживать конкурентоспособность на основе устоявшихся подходов к менеджменту. Изменения наступают внезапно и их сложно предсказать³.

Лидерам необходимо пересмотреть свою ментальность и понять, что к будущему следует походить не как экстраполяции прошлого, а как цепи скачкообразных изменений. Прерывистые изменения и скачки следует считать нормой, а не исключением и рассматривать их как источник новых возможностей и перспектив.

Данное положение вызывает необходимость отказаться от линейного подхода при прогнозировании деятельности компании. Линейный тип мышления руководителей не приведет компании к успеху в экспоненциальном мире, а может быть даже губительным. Для достижения успеха в цифровой экономике компаниям придется прово-

¹Коваленко Б.Б. Использование результатов информационной революции в бизнесе: экономические результаты и этика поведения на новых рынках // Экономика и предпринимательство - 2016. - № 11-1 (76-1). - С. 652-655.

²Коваленко Б.Б., Ирмухамедов С.Р. Анализ тенденций развития электронной коммерции // Финансовая экономика - 2018. - № 6. - С. 571-574.

³Коваленко Б.Б., Максимова Д.В. Методы адаптации персонала бизнес-организации в цифровой экономике // Экономика и предпринимательство - 2019. - № 1(102). - С. 998-1003

дять большие организационные изменения, использовать новые цифровые способы взаимодействия в управлении ресурсами, поставщиками, клиентами, формировать критически важные компетенции и культуру¹.

Для ускоренного внедрения инноваций, обеспечения гибкости и маневренности бизнеса, необходимо трансформировать организационные структуры в направлении коллаборации, креативности, вовлеченности сотрудников. На место бюрократии должна прийти межфункциональные команды и командная работа, ориентированные не на контроль, а на инициативу сотрудников.

Дисциплина как необходимость «делать то, что приказали» будет ликвидирована. Ей на смену придут заинтересованность, вовлеченность и вдохновение. Вместо того чтобы ожидать открытого одобрения, что свойственно бюрократической модели ведения бизнеса, сотрудники будут ожидать прощения за ошибки (не боясь при этом рисковать и проявлять предприимчивость).

Предоставление высококачественных услуг требуют от сотрудников компании более высокого коэффициента EQ («эмоционального интеллекта»), чем IQ, то есть большего использования способностей правого полушария мозга (например, воображения, эмпатии, умения поддерживать отношения), чем левого полушария (например, рационального и логического мышления). В итоге решающую роль будут играть люди с высоким EQ.

В условиях новой экономики клиенты становятся более компетентны и информированы, чем когда-либо ранее. Они самостоятельно определяют характеристики продуктов, размещают заказы и производят оплату. В результате, поднимется планка качества обслуживания, простые советы от производителей и продавцов уже не будут иметь успеха у потребителей. В ближайшем будущем ожидается дальнейшее ускорение научного и технологического развития во всех областях науки и окажет влияние на коммерческую и некоммерческую деятельность во всем мире.

Ускорение научного прогресса требует нового подхода к менеджменту и предполагает трансформацию управленческого мышления. В новой экономике менеджмент необходимо основывать на связанности, коллаборации, творчестве, гибкости, вовлеченности и вдохновении.

¹ Weill P., Woerner S., Цифровая трансформация бизнеса: Изменение бизнес-модели для организации нового поколения. – М.: Альпина Паблишер, 2019.

Для успеха и поддержания конкурентоспособности в условиях сингулярности менеджерам компаний необходимо находить и реализовывать новые способы взаимодействия людей как внутри компаний, так и с внешней средой.

СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ КОМАНДЫ: СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ И ПРИНЦИПЫ ИХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

CREATING AN EFFECTIVE TEAM: STRUCTURAL ELEMENTS AND PRINCIPLES OF THEIR INTERACTION

**Машина А.Э.,
Mashina A.E.,
магистрант Университета ИТМО,
Санкт-Петербург,
e-mail: annemashina@yandex.ru**

Ключевые слова:

Командообразование, подбор персонала, методика Белбина, лидер, мотивация, пирамида Маслоу

Keywords:

Team building, recruitment, Belbin's methodology, leader, motivation, Maslow's pyramid

Сегодня, находясь в сложном и постоянно меняющемся экономическом пространстве, для организаций особенно остро стоит необходимость постоянно быть конкурентоспособными. Одним из главных условий успеха в конкурентной борьбе является создание в организации эффективной команды. Под эффективностью команды следует понимать слаженную систему, во главе которой находится профессионал с характеристиками лидера, обеспечивающую высокое качество работы коллектива, наличие синергетического эффекта.

Формирование команды начинается с отбора и включения в команду людей с определенными характеристиками, для чего целесообразно использовать методику Р.М. Белбина. Методика основывается на том, что у каждого члена команды в рабочем процессе помимо профессиональных ролей существуют еще и социальные роли, которые в равной степени с профессиональными ролями влияют на рабочий процесс в команде¹.

Согласно методике Белбина, каждый человек в команде стремится к выполнению определенной роли. Белбин выделил девять типов ролей в команде и разделил их на три группы: нацеленные на действие (мотиватор, исполнитель, педант), социальные

¹ Белбин Р.М. Команды менеджеров. Секреты успеха и причины неудач. – М., 2003

(координатор, душа команды, исследователь) и интеллектуальные (генератор идей, аналитик, специалист)¹.

С помощью методики Белбина в команду отбираются индивиды с определенными ролевыми характеристиками, а затем между членами команды распределяются психологические и функциональные роли таким образом, чтобы между членами команды возникал и поддерживался интерес, а в процессе работы использовался весь диапазон типов мышления и подходов к решению задач.

По мнению И. Адизеса, идеальный руководитель команды – это лидер, который гармонично сочетает в себе четыре функции: (P) producing results – производство определенных результатов, (A) administration – администрирование, (E) entrepreneurship – предпринимательство, которое является двигателем к управлению изменениями и (I) integration – интеграция, объединение элементов организации для обеспечения ее жизнеспособности в долгосрочной перспективе². Альтернативным и более приближенным к реальности вариантом является ситуация, когда руководитель окружает себя профессионалами, каждый из которых на высоком уровне выполняет какую-то одну из перечисленных функций. Решения принимаются коллегиально, но окончательный вариант решения – за руководителем.

В процессе формирования команды следует ориентироваться на долгосрочную перспективу. Стоимость человеческих ресурсов постоянно растет, а дефицит кадров с каждым годом только увеличивается. Удержание высококвалифицированного персонала является важнейшей задачей руководителя, следовательно, уже на этапе отбора и найма работников в организации должна быть тщательно продуманная стратегия мотивирования персонала.

Как правило, стратегию мотивирования персонала (будем называть ее мотивационной стратегией) делят на две части: материальная и нематериальная. Целесообразно гармонично соединять эти два аспекта в единое целое. При разработке мотивационной стратегии следует ориентироваться на пирамиду потребностей А. Маслоу³.

1. Биологические или физиологические потребности человека. Создание благоприятной атмосферы, учитывающей физиологические потребности человека. Гибкий график, удобное рабочее место, возможность выполнять производственную гимнастику.

¹ Белбин Р.М. Типы ролей в командах менеджеров. – М., 2003

² Адизес И.К. Идеальный руководитель. Почему им нельзя стать и что из этого следует. – М., 2004

³ Маслоу А.Х. Маслоу о менеджменте. – СПб., 2003

2. Безопасность. Материальная стимуляция, дающая работнику уверенность в завтрашнем дне.

3. Социальные контакты. Наличие сплоченного коллектива, подобранного таким образом, что индивиды не испытывают дискомфорта при взаимодействии друг с другом, напротив, с удовольствием участвуют в предлагаемых организацией совместных мероприятиях в нерабочее время.

4. Оценка себя (потребность в уважении, статусе и призвании). Доска почета, благодарности, присвоение статусов вроде «Лучший работник года в номинации...» и другие формы нематериального стимулирования, которые можно занести в личное портфолио.

5. Самореализация. В профессиональном плане для специалистов очень важна возможность развития себя как профессионала, получения и применения новых знаний, карьерный рост.

В заключение можно сделать вывод, что формирование эффективной команды в организации как условие ее конкурентоспособности основывается на трех условиях: грамотный подбор персонала, эффективный руководитель и удерживающая работника в организации мотивационная стратегия, основанная на пирамиде потребностей А. Маслоу.

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ БЮДЖЕТНЫХ СИСТЕМ:
ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ**

**ASPECTS OF DEVELOPMENT OF REGIONAL BUDGET SYSTEMS: PROBLEMS
OF BALANCING**

Нуралиев А.А.,

Nuraliyev A.A.,

*магистрант Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации,
Москва,*

Научный руководитель:

Молчанова Н.П.,

*д.э.н., доцент, профессор Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации (Финуниверситет),
Москва,*

e-mail: nrmolchanova@fa.ru

Ключевые слова:

*Общественные финансы, государственное управление, межбюджетные отношения,
государственно-частное партнерство*

Ключевые слова:

Public finance, public administration, intergovernmental relations, public private partnership

Распределение и использование финансовых ресурсов для решения экономических и социальных проблем общества происходит посредством бюджетной системы. В этой связи практический интерес представляет изучение вопросов, связанных с внедрением бюджетирования, ориентированного на результат и повышением эффективности бюджетного планирования на региональном и муниципальном уровнях управления. В процессе реформирования и модернизации бюджетной системы в Республике Казахстан осуществляется передача части полномочий на местный уровень в целях улучшения отчетности и укрепления участия граждан. Формирование четвертого уровня местного самоуправления позволило, наряду с бюджетными механизмами, расширить участие граждан в обсуждении приоритетов бюджетного планирования. Создание и функционирование Национального фонда, который управляется Национальным банком Казахстана, позволяет более эффективно осуществлять функции стабилизационного и сберегательного фондов. Внедрена новая система аудита и государственных расходов, способствующая осуществлению аудиторской деятельности с учетом финансовых рисков. Согласно сложившейся практике, пересмотр бюджетов бюджетной системы проводится несколько раз в течение года реализации, посредством внесения бюджетных поправок. Вследствие этого возникают риски неэффективного планирования, поскольку немалая часть средств висит в воздухе в большей части бюджетного года и не доходит до конечного потребителя. Представляется целесообразным применение передовой

практики стран-членов ОЭСР и внесение изменений в бюджет один раз в год. Годовой бюджетный цикл можно поделить на фазу формирования (на начало года) и фазу перераспределения (август-сентябрь). Принятие названных мер позволит более гибко учитывать внешние факторы, повысить финансовую дисциплину среди администраторов бюджетных программ, максимально избегать рисков неэффективного планирования, а также приведет к более устойчивому и стабильному управлению процессом формирования и исполнения бюджета.

Последние десять лет в Казахстане практикуется утверждение трехлетних параметров бюджета для регионов. Области делятся на доноров (изъятия) и дотационные регионы (субвенции). Вместе с тем, как показывает российская практика, в рамках реализации трехлетних бюджетов в регионах возникают определенные проблемы¹. Например, в Казахстане для регионов доноров объем бюджета развития рассчитывается за минусом изъятий, который, в свою очередь, не отвечает реальным потребностям регионов². Данный подход противоречит принципам справедливой сбалансированности распределения ресурсов государства. Более того, суммы целевых трансфертов республиканского бюджета на развитие имеют весьма неустойчивый характер. Суммарная разница в предоставлении трансфертов может достигать значительных размеров между регионами. Существует практика отрывочного финансирования и сокращения сумм целевых трансфертов. Следовательно, затягиваются сроки работ и увеличиваются общие затраты вследствие повторной мобилизации людей, техники и сооружений. В целях обеспечения социально-экономического роста регионов-доноров было бы эффективным пересмотреть размер их бюджета развития за счет уменьшения изъятий в республиканский бюджет³. Так как бюджетные изъятия для бюджета регионов-доноров являются расходами, то при расчетах сумм бюджета развития и капитальных расходов было бы более правильным изменить порядок учета бюджетных изъятий в республиканский бюджет.

Проблемным вопросом является практика финансирования по вновь вводимым объектам социальной сферы. За счет средств бюджета вводятся в эксплуатацию вновь

¹ Молчанова Н.П. Региональные финансы в условиях цифровизации /В сб.: Взгляд поколения XXI века на будущее цифровой экономики. Сборник статей преподавателей IX Международной научно-практической конференции "Современная экономика: концепции и модели инновационного развития". М.: Издательство: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова. 2018. С. 114-120.

² Методика расчетов трансфертов общего характера, утвержденная Приказом Министра национальной экономики Республики Казахстан от 11 декабря 2014 года №139.

³ Молчанова Н.П., Белостоцкий А.А. Приоритеты формирования региональных бюджетов в парадигме цифровизации экономики /В сб.: Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. Ежегодник. Отв. ред. В.И. Герасимов. М.: Издательство ИНИОН РАН. 2018. С. 442-447.

построенные объекты социальной сферы, затраты на содержание которых не были учтены при расчете параметров бюджетов регионов. Дело в том, что существующие правила не предусматривают финансирование расходов вновь построенных объектов. В данном случае, при разработке бюджетов можно предложить регионам предоставить список проектов с планируемыми ежегодными расходами на содержание, которые в период рассмотрения бюджетов еще не были введены в эксплуатацию, но будут введены в последующие три года.

Еще одна проблема связана с выполнением государственных обязательств по проектам государственно-частного партнерства (ГЧП). В настоящее время в Казахстане ведется активная работа по реализации проектов ГЧП, которая тесно увязывается с социальной ответственностью бизнеса¹. Долгосрочные контракты, реализуемые через механизм ГЧП, уже показали свои преимущества по сравнению с традиционными бюджетными затратами. Вместе с тем, государственные обязательства по проектам ГЧП подразумевают возмещение как инвестиционных затрат, так и операционных затрат наряду с государственными заказами. Следовательно, при формировании трехлетних бюджетов для регионов необходимо учитывать операционные обязательства ГЧП в базе расходов местных бюджетов. С одной стороны, такой подход позволит местным органам в дальнейшем продолжить работу по привлечению инвестиций через механизмы ГЧП, а с другой стороны, избежать дефицита текущего бюджета.

Как показывает практика, даже в странах ОЭСР на концептуальном уровне не происходит согласования механизмов, которые давали бы национальным министерствам финансов права на снижение степени контроля при исполнении бюджетов или формировании отчетности для ведомств с высокими результатами деятельности. В практике программного бюджетирования стран ОЭСР ни со стороны министерств финансов, ни со стороны политических лидеров не наблюдается активности по участию в перераспределении бюджетных расходов. Применительно к России, названные проблемы в использовании модели программного бюджета также имеют место. Для их преодоления органами управления регионального уровня предпринимаются существенные усилия². Сейчас разрабатывается модель бюджетирования по результатам

¹ Молчанов И.Н., Холдеев К.А. Социальная ответственность бизнеса в современной России // Аудит и финансовый анализ. 2014. №4. С. 343-346.

² Молчанова Н.П. Развитие общественных финансов в условиях становления цифровой экономики // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. МГУ. 2017. Т.9. №3 (25). С. 7-16.

«следующего поколения»¹. Одним из элементов новой модели программного бюджета вполне вероятно может стать система решений задач, основанная на полученной информации об итогах деятельности государственных органов управления финансами на региональном уровне.

КЛЮЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ПРИ ВЫХОДЕ КОМПАНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ

KEY MARKETING STRATEGIES FOR ENTERING COMPANIES IN INTERNATIONAL MARKETS

Рагимов И.Р.,

Ragimov I.R.,

магистрант Новгородского государственного университета

имени Ярослава Мудрого (НовГУ),

Великий Новгород,

e-mail: islr@yandex.ru

Омаров М.М.,

Omarov M.M.,

д.э.н., профессор Новгородского государственного университета

имени Ярослава Мудрого (НовГУ),

Великий Новгород,

e-mail: Magomed.Omarov@novsu.ru

Ключевые слова:

Качество, конкурент, маркетинг, международный рынок, продукт, стратегия

Keywords:

Quality, competitor, marketing, international market, product, strategy

Сформировавшийся в начале 80 годов XX века мировой рынок постепенно укрепляет сбытовые системы с применением инновационных и информационных технологий. С точки зрения стратегического управления организацией маркетинг на мировом рынке играет важную роль, существенно выходящую за рамки функций продаж товара и изучения спроса. Маркетинговая стратегия на мировом рынке рассматривается как последовательная деятельность организации с выходом на внешний рынок с определенными условиями рынка и специфической маркетинговой средой, определяющая эффективный инструментарий маркетинга. Таким образом, разработка маркетинговой стратегии является актуальной проблемой, поскольку на внешних рынках сложно конструировать из-за высокого качества товаров.

¹ Moynihan D., Beazley I. *Toward Next-Generation Performance Budgeting: Lessons from the Experiences of Seven Reforming Countries.* Washington, DC: The World Bank, 2016. Available at: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/25297>.

Для выхода на зарубежные рынки высокотехнологичные промышленные предприятия разрабатывают следующие ключевые стратегии маркетинга¹:

1. Стратегия первопроходца. Участники данной стратегии запускают новые продукты или услуги на тех рынках, где практически нет конкуренции, и рынок считается неосвоенным. Фирма с помощью этой стратегии планирует воздействовать на предпочтения потребителей посредством создания уникальной ценовой политики. Но стратегия первопроходца предполагает крупное вложение денежных средств в ее реализацию, что в свою очередь является серьезным недостатком данной стратегии. Главная задача рассматриваемой стратегии заключается в том, чтобы расширять рынок с помощью стимулирования потребительского спроса у покупателей, которые ранее не приобретали данный товар.

2. Конкурентная стратегия. Для того чтобы добиться успеха компании с помощью конкурентной стратегии необходимо максимальной скоростью быстро изучать новые сегменты рынка и осуществить создание нового канала сбыта. При разработке и реализации с данной концепцией необходимо обеспечить высокий уровень качества продукции, которая превосходит схожий товар конкурента практически по всем параметрам.

3. Наступательная стратегия. В рамках наступательной стратегии компании лидеры осуществляют маркетинговую деятельность с помощью инноваций с применением экономики знаний. Компания лидер разрабатывает новейший и уникальный продукт, изучает новый рынок, формирует новый канал сбыта продукции на сегменте, применяет инновационные технологии в разработке товаров. Как правило, наступательную стратегию выбирает рынка претенденты в лидерство на мировом рынке.

4. Стратегия обороны. Компания выступающая, как рыночный лидер с помощью стратегии обороны защищает и сохраняет завоеванный сегмент рынка и собственные каналы распределения. Компании используют всевозможные барьеры для защиты производимой продукции. Такие защитные барьеры как активная реклама во всех средствах массовой информации и удержания потребителей с помощью стабильных и невысоких цен не гарантирует неизбежного устаревания продукции.

5. Стратегия сокращения. Если на рынке сложилась такая ситуация, что фирма не может сохранить весь объем продукции, то компания может не защищать отдельные субъекты, то есть те, где продажа товара не является преимущественной сконцентриро-

¹ Дэй Дж. Стратегический маркетинг. - М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2018

вать все ресурсы на освоении другого рынка сбыта. Но у данной стратегии есть большой минус – конкуренты могут заполучить эти свободные территории.

6. Стратегия лидерства. Если лидер начинает проявлять агрессивные действия на своих конкурентов, то речь идет о стратегии лидера. Компании, которые имеют наибольший охват рынка, обладают наименьшими издержками на производство товаров, то есть у них наиболее выгодное положение на рынке по сравнению с конкурентами, которые производят схожую продукцию.

7. Стратегия освоения новых сегментов. За счет внедрения новых сегментов для потребителей возрастает рынок с различным предложением товаров и услуг. Постепенный охват все новых и новых территорий рынка всегда востребовано, так как в начале рыночной деятельности у новой компании освоен лишь небольшой рыночный сегмент.

8. Стратегия инноваций. В стратегии инноваций ключевой момент заключается в приобретении товаром особого качества и уникальной концепции, которых нет у товаров конкурентов. Рынок создает фирма-новатор, которая предлагает новую лучшую возможность удовлетворения скрытой потребности.

9. Стратегия единственной ниши. Суть стратегии единственной ниши заключается в том, что фирма по производству определенного товара, представляет собой любую другую идентичную фирму, так как занимает только одну нишу. Для того чтобы конкурировать необходимо представлять уникальность компании и занимать несколько ниш, а иначе такая деятельность влечет за собой производственные риски¹.

В заключение необходимо отметить, что для достижения целей предприятия на зарубежных рынках главным фактором выступает выбор стратегии и применение комплекса маркетинговых инструментов для решения целевых задач, направленных на сегментирование рынка товаров или услуг, увеличение доли рынка. Выбранные стратегии дают предприятию возможности удовлетворения потребностей покупателей намного эффективнее, по сравнению с конкурентами, и осуществить прирост объема продаж и, соответственно, прибыли, а также возможность создать мощные конкурентные преимущества

¹ Кумар Н. Маркетинг как стратегия. – М.: Претекст, 2017

**АДАПТАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ТЕОРИИ РЕШЕНИЯ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКИХ
ЗАДАЧ С ЦЕЛЬЮ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ**

**ADAPTATION OF INVENTION-RELATED TASKS RESOLUTION CONCEPT FOR
THE USE IN THE MANAGEMENT OF SOCICO-ECONOMIC SYSTEMS**

Смирнов В.О.,

Smirnov V.O.,

*магистрант Государственного института экономики,
финансов, права и технологий (ГИЭФПТ),
e-mail: slaventy98@yandex.ru,*

Славушкина Н.С.,

Slavushkina N.S.,

*магистрант Государственного института экономики,
финансов, права и технологий (ГИЭФПТ),
Гатчина,
e-mail: nad.slav@yandex.ru*

Ключевые слова:

ТРИЗ, инновации, таблица применения приемов разрешения противоречий

Keywords:

TRIZ, innovation, business conflict matrix

Существующие тенденция социально-экономического развития как в ведущих зарубежных государствах, так и в Российской Федерации свидетельствуют об усилении проблем и противоречий, которые пока не находят эффективного решения на практике. Ухудшение экологии, усиление социального неравенства, снижение качества государственных услуг, повышение роли КНР в мировой экономике могут привести к возникновению целого ряда кризисных явлений, что потребует создания принципиально новых подходов к управлению организациями. Одной из широко известных концепций в области решения сложных технических проблем является теория решения изобретательских задач (ТРИЗ), разработанная Г.С. Альтшуллером. ТРИЗ широко используется за рубежом, в том числе и крупными транснациональными корпорациями. Учитывая, что имеет место ухудшение ситуации в области подготовки менеджеров, как за рубежом, так и в РФ, усиление специализации научных работников, а также то, что проблемы будут принципиально новыми, перспективной является адаптация инструментов ТРИЗ для управления социально-экономическими системами.

Эффективность применения ТРИЗ связана с ее ориентацией на поиск идеального конечного результата, при котором решение проблем должно достигаться с минимальными затратами ресурсов, что невозможно без выявления элемента технической системы, к которому предъявляются прямо противоположные требования. Решение физического противоречия достигается с помощью применения сорока основных приемов

устранения технических противоречий, определенных Г.С. Альтшуллером в результате длительных исследований. Одним из наиболее важных элементов ТРИЗ является таблица применения приемов разрешения противоречий, в которой изобретатель в зависимости от стоящих перед ним проблем может найти конкретные эффективные методы их решения.

Д. Манн попытался адаптировать таблицу применения приемов разрешения противоречий для решения бизнес-проблем. Он выделил следующие параметры: (1) Потенциал предприятия в области НИОКР; (2) Издержки на НИОКР; (3) Длительность НИОКР; (4) Уровень риска в области НИОКР; (5) Особенности взаимодействия отдела НИОКР; (6) Производство; (7) Издержки производства; (8) Длительность производства; (9) Уровень риска в производстве; (10) Особенности взаимодействия производственного отдела; (11) Поставщики; (12) Издержки на материалы; (13) Длительность поставки материалов; (14) Уровень риска при поставках; (15) Особенности взаимодействия отдела поставок; (16) Надежность продукта; (17) Издержки, связанные с обслуживанием продукта; (18) Длительность реакции при поломке; (19) Уровень риска в обслуживании; (20) Особенности взаимодействия обслуживающих подразделений; (21) Поступление доходов; (22) Объем информации; (23) Особенности коммуникаций; (24) Негативное влияние предприятия на окружающую среду; (25) Побочные эффекты деятельности предприятия; (26) Удобства; (27) Адаптация продукта; (28) Сложность системы; (29) Контроль сложности; (30) Стресс; (31) Стабильность¹.

Однако Д. Манн не стал изменять основные приемы устранения технических противоречий, он лишь привел примеры из бизнес-практики. С точки зрения авторов, в качестве приемов нужно использовать методики, применяемые как на макро- так и на микроуровне, а также подходы, применяемые в психологии и социологии в связи с тем, что, согласно Г.С. Альтшуллеру, эффективное решение должно учитывать тенденции развития как самой системы, так и ее подсистем, и, кроме того, надсистемы, в которую она входит. Авторы полагают, что необходимо дополнить в методике ТРИЗ 40 основных приемов устранения противоречий такими приемами, как метод «затраты-выпуск» В. Леонтьева, концепция «тройной спирали», концепция бережливого производства, реинжиниринг бизнес-процессов, теория ограничений, социометрия, нейролингвистическое программирование. Создание новой таблицы применения приемов разрешения противоречий в этом случае потребует проведения дополнительных исследований.

¹ Mann D. Hands-on Systematic Innovation for Business and Management. –L.: Lazarus Press, 2013.

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ВНЕДРЕНИИ МОДЕЛИ VMI

APPLICATION OF MODERN TECHNOLOGIES IN THE IMPLEMENTATION OF VMI MODEL

Шикеля Н.П.,
Shikelya N.P.,
магистрант, Университет ИТМО,
Санкт-Петербург,
e-mail: n.shikelya@inbox.ru

Ключевые слова:

VMI, запасы, управляемые поставщиком, модель управление запасами, логистика снабжения, интеграция, логистика, оптимизация

Keywords:

VMI, Vendor-Managed Inventory, inventory management model, supply logistics, integration, logistics, optimization

С активным развитием логистического менеджмента в современном мире появляются все больше различных моделей, которые помогают эффективно управлять материальными, финансовыми и информационными потоками, не только внутри организации, но и по всей цепи поставок.

На данный момент, одним из активных направлений развития организаций является процесс интеграции бизнес-процессов, как внутри компании, так и по всей цепи поставок, что в свою очередь помогает компаниям уменьшить издержки, повысить контроль, оптимизировать работу в целом.

Одной из современных моделей управления запасами является модель VMI (Vendor-Managed Inventory). Основной задачей исследования является выявление необходимых техник и технологий для эффективного внедрения модели.

Целью применения модели является снижение стоимости хранения продукции во всей цепочке поставок. Основным различием VMI от традиционной модели является изменение функции управления запасами покупателя, которую берет на себя поставщик продукции. Данная модель нашла широкое применение на западе в таких отраслях как производство продуктов питания и электроники, фармацевтики, торговли, как розничной, так и оптовой и т.д. В России данная модель применяется сравнительно недавно и используется на таких предприятиях, как Coca-Cola, DANONE, Nestle.

Основной причиной внедрения модели VMI является минимизация эффекта «хлыста». Данный эффект приводит к увеличению запасов у всех участников цепи поставок, связанные с колебанием спроса, к увеличению различных затрат, связанных с

резким увеличением объемов производства, например, увеличение стоимости сырья при срочном заказе, изменение использования производственных мощностей и так далее, и как следствие это приводит к определенным финансовым потерям, в том числе связанных с недополученной прибылью и невыполненными заказами.

Для эффективного внедрения VMI необходима развитая IT-инфраструктура. Основными инструментами при применении модели VMI являются технологии, направленные на улучшение обмена информацией, такие как EDI (Electronic Data Interchange), при этом в отличие от традиционной модели управления запасами вместо документов Purchase Order (Заказ на поставку) и Order Response (Ответ на заказ) передаются документы Product Activity Data (Данные по активности продукта) и Purchase Order Acknowledgment (Подтверждение заказа на доставку). Передача данной информации помогает в кратчайшие сроки спрогнозировать спрос, узнать остатки продукции в местах хранения у потребителя, а также увеличить скорость реакции поставщика, при этом точность прогнозирования является не менее важным аспектом при внедрении VMI.

Для увеличения координации и синхронизации как внутри организации, так и вне ее возможно применение мультиагентной системы. В распределенных интеллектуальных системах основной функцией агентов является интеграция деятельности организации, такой как проектирование, планирование, моделирование, распределение, прогнозирование между поставщиками, клиентами и партнерами, что приводит к эффективному обмену информацией и интегрированному функционированию различных подразделений организаций.

С учетом развития технологий и возможности накопления разнообразных статистических данных возможно применение различных методов прогнозирования, основанных на обработке больших данных, при этом применение современных технологий машинного обучения, таких как нейронные сети, использование ансамблей различных моделей, помогает снизить волатильность спроса.

Так же в зависимости от сферы деятельности компаний возможно и применение таких технологий, как RFID, «scan-based trading», которые в свою очередь так же оказывают влияние на точность и эффективность передачи данных.

Таким образом, для эффективного внедрения VMI требуется применение комплекса различных технологий, направленных на увеличение точности, скорости передачи и обработки данных, что в свою очередь невозможно без использования основных IT-систем, таких как ERP и WMS.

НОВАЦИИ В РЕГУЛИРОВАНИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

INNOVATIONS IN REGULATING TOURISM DEVELOPMENT

Шарифуллина А.И.,

Sharifullina A.I.,

бакалавриант Финансового университета

при Правительстве Российской Федерации,

Москва,

Научный руководитель:

Молчанова Наталья Петровна,

д.э.н., доцент, профессор Финансового университета

при Правительстве Российской Федерации (Финуниверситет),

Москва,

e-mail: nptmolchanova@fa.ru

Ключевые слова:

Туризм, налог, курортный сбор, благоустройство, курортная инфраструктура

Keywords:

Tourism, tax, resort fee, landscaping, resort infrastructure

Туризм относится к числу наиболее динамично развивающихся индустрий мировой экономики. В ряде стран туристская деятельность обеспечивает экономический рост, создает рабочие места, способствует защите культурного наследия и улучшению экологии. В 2017 году число международных туристов в мире достигло 1,3 млрд. человек, а валютные поступления составили 1,4 трлн. долларов. Доля туризма в мировом ВВП составляет 10%, мирового экспорте - 7%, мировом экспорте услуг - 30%. В среднем по странам мира каждый десятый работник занят в сфере туризма¹. В России экономическая деятельность туристской отрасли занимает 3% в структуре производимого ВВП. Въездные поездки в Россию ежегодно совершают 24-25 млн. человек². Благодаря туристской индустрии развивается малый и средний бизнес, увеличиваются налоговые поступления, создаются рабочие места, повышается качество жизни населения. Государство играет важную роль в развитии туризма, формировании имиджа страны за рубежом и в проведении визовой политики³. Визовый режим является эффективным инструментом миграционной политики. Либерализация визовых требований позволяет организациям активнее вести свою экономическую деятельность, поддерживать меж-

¹ Сайт Всемирной туристской организации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www2.unwto.org/content/unwto-media-resources> (дата обращения 6.09.2019).

² Сайт Росстата – [Электронный ресурс]. – Код доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/# (дата обращения 8.09.2019).

³ Молчанов И.Н. Проблемы формирования и финансирования туристских кластеров в регионах России // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2016. №1 (34). С. 45-57.

дународные связи, привлекать иностранные инвестиции, а населению – путешествовать. Согласно экспертному мнению, «наличие жесткой визовой политики – это основной фактор, сдерживающий рост въездного турпотока в Россию. Туристическая виза в Россию стоит относительно дорого, оформляется долго и, как правило, выдается на однократный въезд и на небольшой срок. Для многих потенциальных туристов эти факторы являются негативными на этапе принятия решения о планируемом путешествии»¹.

Конкуренция на мировом рынке въездного туризма оказывает влияние на его развитие. Введение безвизового режима для туристов, прибывающих морским путем на круизных кораблях в Санкт-Петербург, стимулирует повышение спроса на поездки в Россию. Механизмы упрощения визового режима разрабатываются Минэкономразвития. Ведется работа над электронной платформой, создание которой позволит иностранным туристам получить электронную визу, которая выдается исключительно для туристских поездок².

На внутрироссийском рынке туристских услуг разногласия вызывают процедуры введения и регламентации курортного сбора, что связано с его негативным восприятием как налога и путешественниками, и представителями туристского бизнеса. Применение курортного сбора практиковалось в Советском Союзе в 1930-е годы. С 1960 года курортный сбор взимался профсоюзными органами непосредственно с санаториев и домов отдыха. В современной России закон о курортном сборе действовал в период с 1991 по 2004 годы, но затем был отменен в целях облегчения налогового бремени населения³. Российским законодательством регламентируется взимание курортного сбора в ряде регионов (в экспериментальном порядке)⁴. Средства, полученные от уплаты курортного сбора, перечисляются в Фонд развития курортной инфраструктуры. Однако курортный сбор не отменяет, а лишь дополняет государственную поддержку регионов. Финансовое покрытие расходов на региональном уровне на данные цели осуществляется за счет средств бюджета соответствующего субъекта (региона, муниципального образования).

¹ Dzhandzhugazova E. A. Resort fee introduction in Russia in the focus of public debate // *Espacios*. 2018. Т. 39. № 22. Р. 8.

² Федеральный проект «Цифровое государственное управление» национальной программы «Цифровая экономика» подразумевает переход к электронным визам для иностранцев к декабрю 2021 года.

³ Демьяненко Е.А. Курортный сбор с туристов РФ как способ обеспечения отрасли. Возможные проблемы и перспективы // *Юридические науки: проблемы и перспективы: материалы VI Международной научной конференции*. – Казань: Бук, 2017. С. 21-23.

⁴ Федеральный закон от 29.07.2017 № 214-ФЗ «О проведении эксперимента по развитию курортной инфраструктуры в Республике Крым, Алтайском крае, Краснодарском крае и Ставропольском крае».

В информационных источниках отмечаются некоторые потенциально возможные негативные последствия введения курортного сбора: может произойти увеличение процента отдыхающих в частном секторе, снижение количества отдыхающих в связи с ростом совокупной цены на санаторно-курортные путевки, вследствие чего указывается на необходимость совершенствования механизма расходования собранных средств. Вместе с тем, ряд экспертов полагают, что в контексте значительных расходов на путешествие в целом сумма курортного сбора не должна стать препятствием для выбора дестинации. Расширение комплекса санаторно-курортных услуг и развитие медицинского туризма также не могут препятствовать росту количества отдыхающих¹. Более того, средства курортного сбора могут стать не только источником дополнительного финансирования местных бюджетов, но также эффективным инструментом улучшения инфраструктуры туризма и в целом оказывать положительное влияние на деятельность организаций санаторно-курортного комплекса.

Подготовительными мерами для введения курортного сбора являются: проведение комплексной проверки имеющихся в регионах коллективных средств размещения с целью получения статистических данных для оценки их состояния; ревизия туристской инфраструктуры по выявлению приоритетных направлений расходования средств для ее поддержания в оптимальном состоянии; подробное ознакомление туристов с курортным сбором, порядком и целями его взыскания; проведение постоянного мониторинга данного финансового инструмента и практики расходования денежных средств, взимаемых с туристов. Таким образом, введение курортного сбора, его администрирование и расходование по целевому назначению будет способствовать улучшению состояния инфраструктуры и повышению качества оказываемых туристских услуг.

¹ Молчанов И.Н. Медицинский туризм: роль в поддержании здоровья и увеличении продолжительности жизни населения // Экономика. Налоги. Право. 2019. Т. 12. №2. С. 127-136.

БЛОКЧЕЙН В КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСАХ

BLOCKCHAIN IN CORPORATE FINANCE

Ященко Р.С.,
Yashchenko R.S.,
студент Донецкого национального университета
им. Михаила Туган-Барановского,
Донецк, Украина,
e-mail: cos12321@mail.ru,
Научный руководитель:
Мелентьева О.В.
к.э.н., доцент

Ключевые слова:

Блокчейн, корпорация, финансы, цифровизация, экономика

Keywords:

Blockchain, corporation, finance, digitalization, economics

Блокчейн - это растущий список записей, называемых блоками, которые связаны с помощью криптографии. Каждый блок содержит криптографический хэш предыдущего блока, метку времени и данные транзакции (обычно представленные в виде дерева Меркля).

По своей структуре блокчейн устойчив к изменению данных. Это «открытая распределенная бухгалтерская книга, которая может эффективно записывать транзакции между двумя сторонами, проверяемым и постоянным образом». Для использования в качестве распределенной книги блок-цепочка обычно управляется одноранговой сетью, коллективно придерживающейся протокола межузловой связи и проверяющей новые блоки. После записи данные в любом данном блоке не могут быть изменены задним числом без изменения всех последующих блоков, что требует консенсуса большинства сетей. Хотя записи цепочки блоков не являются неизменяемыми, цепочки блоков могут считаться безопасными по своему замыслу и служить примером распределенной вычислительной системы с высокой византийской отказоустойчивостью. Поэтому децентрализованный консенсус был объявлен с помощью блокчейна.

Блокчейн был изобретен человеком (или группой людей), использовавшим имя Сатоши Накамото в 2008 году, чтобы служить в качестве публичного регистрационного реестра биткойнов криптовалюты. Личность Сатоши Накамото неизвестна. Изобретение блокчейна для биткойнов сделало его первой цифровой валютой, решившей проблему двойных расходов без необходимости доверенного органа или центрального сервера. Дизайн биткойнов вдохновил другие приложения, и блокчейны, которые читаются публикой, широко используются криптовалютами. Блокчейн считается платежным

рельсом. Частные блокчейны были предложены для использования в бизнесе. Источники, такие как Computerworld, называют маркетинг таких блокчейнов без надлежащей модели безопасности «змеиным маслом»¹.

Первая работа по криптографически защищенной цепочке блоков была описана в 1991 году Стюартом Хабером и В. Скоттом Сторнеттой. Они хотели внедрить систему, в которой метки времени документа не могли быть подделаны. В 1992 году Bayer, Haber и Stornetta включили в проект дерева Merkle, что повысило его эффективность, позволив собрать несколько сертификатов документов в один блок.

Первый блокчейн был концептуализирован человеком (или группой людей), известным как Сатоши Накамото в 2008 году. Накамото усовершенствовал дизайн важным способом, используя Hashcash-подобный метод для добавления блоков в цепочку, не требуя, чтобы они были подписаны доверенным лицом, участником. Проект был реализован в следующем году Накамото в качестве основного компонента криптовалюты Bitcoin, где он служит в качестве публичного регистра для всех транзакций в сети.

В августе 2014 года размер файла биткойн-блокчейна, содержащего записи всех транзакций, произошедших в сети, достиг 20 ГБ (гигабайт). В январе 2015 года размер вырос до почти 30 ГБ, а с января 2016 года по январь 2017 года размер биткойн-блокчейна вырос с 50 до 100 ГБ.

Слова «блок» и «цепочка» использовались отдельно в оригинальной статье Сатоши Накамото, но, в конце концов, были популяризированы как одно слово «блокчейн» к 2016 году.

Интеллектуальные контракты, которые выполняются на блокчейне, например, те, которые «создают электронные счета-фактуры, которые платят сами при доставке груза, или делятся сертификатами, которые автоматически отправляют их владельцам дивиденды, если прибыль достигает определенного уровня» требуют внеплановой цепочки, необходимой для доступа к любым «внешним данным или событиям, основанным на времени или рыночных условиях [которые должны] взаимодействовать с блокчейном».

Согласно Accenture, применение теории распространения инноваций предполагает, что в 2016 году блокчейны достигли 13,5% принятия в финансовых услугах, достигнув стадии раннего освоения. Промышленные торговые группы объединились,

¹ Дрешер, Даниэль Основы блокчейна: вводный курс для начинающих в 25 небольших главах / Даниэль Дрешер. - М.: ДМК Пресс, 2017. - 633 с.

чтобы создать Глобальный форум блокчейнов в 2016 году, инициатива Палаты Цифровой Торговли.

В мае 2018 года Gartner обнаружил, что только 1% ИТ-директоров указали на любое принятие блокчейна в своих организациях, и только 8% ИТ-директоров были в краткосрочном «планировании или [изучении] активных экспериментов с блокчейном».

Технология Blockchain может быть интегрирована в несколько областей. Основное использование блокчейнов сегодня - это распределенная бухгалтерская книга для криптовалют, особенно биткойнов. Существует несколько операционных продуктов, которые должны быть подтверждены концепцией к концу 2016 года.

По состоянию на 2016 г. некоторые наблюдатели остаются скептически настроенными. Стив Уилсон из Constellation Research считает, что технология была раскручена нереальными заявлениями. Чтобы снизить риск, компании неохотно ставят блокчейн в основу бизнес-структуры.

Большинство криптовалют используют технологию блокчейна для записи транзакций. Например, сеть биткойнов и сеть Ethereum основаны на блокчейне. 8 мая 2018 года Facebook подтвердил, что он открывает новую блокчейн-группу, которую возглавил Дэвид Маркус, который ранее отвечал за Messenger. По сообщению The Verge, Facebook будет предоставлять собственные криптовалюты для упрощенных платежей на платформе.

Криптовалюты используются в основном за пределами существующих банковских и государственных учреждений и обмениваются через Интернет¹.

Плата за транзакцию для криптовалюты зависит, главным образом, от предложения емкости сети, в то время как от требования держателя валюты для более быстрой транзакции. Владелец валюты может выбрать конкретную комиссию за транзакции, в то время как сетевые организации обрабатывают транзакции в порядке от максимальной предлагаемой комиссии до самой низкой. Криптовалютные биржи могут упростить процесс для держателей валют, предлагая приоритетные альтернативы и, таким образом, определять, какая комиссия, вероятно, приведет к обработке транзакции в запрошенное время.

Для эфира сборы за транзакции отличаются сложностью вычислений, использованием полосы пропускания и потребностями хранения, в то время как сборы за тран-

¹ Свон, Мелани Блокчейн. Схема новой экономики / Мелани Свон. - М.: Олимп-Бизнес, 2015. - 185 с.

закции в биткойнах различаются в зависимости от размера транзакции и от того, использует ли транзакция SegWit. В сентябре 2018 года средняя плата за транзакцию для эфира составляла 0,017 доллара США, а для биткойна - 0,55 доллара США.

Биржи криптовалют позволяют клиентам обменивать криптовалюты на другие активы, такие как обычные бумажные деньги, или торговать между различными цифровыми валютами.

Атомные свопы - это механизм, при котором одна криптовалюта может быть обменена непосредственно на другую криптовалюту, без необходимости доверенной третьей стороны, такой как обмен.

Джордан Келли, основатель RoboCoin, запустил первый биткойн-банкомат в Соединенных Штатах 20 февраля 2014 года. Киоск, установленный в Остине, штат Техас, похож на банковские банкоматы, но имеет сканеры для считывания выданных правительством идентификационных данных, таких как водительские права или паспорт, подтвердить личность пользователя.

Первоначальное предложение монет (ICO) является спорным средством привлечения средств для нового криптовалютного предприятия. ICO может использоваться стартапами с целью избежать регулирования. Однако регуляторы ценных бумаг во многих юрисдикциях, в том числе в США и Канаде, указали, что если монета или жетон является «инвестиционным контрактом» (например, согласно критерию Хауи, т.е. вложению денег с разумным ожиданием прибыли на основе в значительной степени на предпринимательские или управленческие усилия других лиц), это обеспечение и подлежит регулированию ценных бумаг. В кампании ICO процент криптовалюты (обычно в форме «токенов») продается ранним сторонникам проекта в обмен на законное платежное средство или другие криптовалюты, часто биткойны или эфиры.

Согласно PricewaterhouseCoopers, четыре из 10 крупнейших предлагаемых первичных предложений монет использовали Швейцарию в качестве базы, где они часто регистрируются как некоммерческие фонды. Швейцарское регулирующее агентство FINMA заявило, что оно примет «сбалансированный подход» к проектам ICO и позволит «законным инноваторам ориентироваться в сфере регулирования и запускать свои проекты таким образом, чтобы это соответствовало национальным законам, защищающим инвесторов и целостность финансовой системы». В ответ на многочисленные запросы представителей отрасли в 2018 году законодательная рабочая группа ICO начала выпускать юридические руководящие принципы, которые призваны устранить неопре-

деленность в предложениях по криптовалюте и выработать устойчивые методы ведения бизнеса.

Умные контракты на основе блокчейнов - это предлагаемые контракты, которые могут быть частично или полностью выполнены или реализованы без участия человека. Одной из основных целей смарт-контракта является автоматизированное депонирование. Обсуждение в МВФ сообщило, что умные контракты, основанные на технологии блокчейна, могут снизить моральные риски и оптимизировать использование контрактов в целом. Но «пока не появилось жизнеспособных умных контрактных систем». Из-за отсутствия широкого использования их правовой статус неясен.

Сторонники умных контрактов утверждают, что многие виды договорных положений могут быть сделаны частично или полностью самореализующимися, самодействующими или обоими. Целью смарт-контрактов является обеспечение безопасности, которая превосходит традиционное договорное право, и снижение других операционных издержек, связанных с заключением контрактов. В различных криптовалютах реализованы умные контракты.

Умные контракты были впервые предложены Ником Сабо, который придумал этот термин. В настоящих реализациях, основанных на блокчейнах, «умный контракт» в основном используется более конкретно в смысле вычислений общего назначения, которые происходят в блокчейне или распределенной книге. В этой интерпретации, используемой, например, Ethereum Foundation или IBM, умный контракт не обязательно связан с классической концепцией контракта, но может быть любым видом компьютерной программы.

В 2018 году в докладе сената США говорилось: «Хотя умные контракты могут звучать по-новому, эта концепция коренится в базовом договорном праве. Обычно судебная система выносит решения по договорным спорам и обеспечивает соблюдение условий, но также часто встречается другой арбитражный метод, особенно для международных транзакций. С помощью умных контрактов программа обеспечивает выполнение контракта, встроенного в код ».

Византийские отказоустойчивые алгоритмы позволили цифровой безопасности через децентрализацию сформировать умные контракты. Кроме того, языки программирования с различной степенью полноты по Тьюрингу как встроенная функция некоторых блокчейнов делают возможным создание специальной сложной логики.

Известные примеры реализации умных контрактов включают в себя следующее¹:

- Биткойн предоставляет язык сценариев с неполным Тьюрингом, который позволяет создавать собственные интеллектуальные контракты поверх Биткойн, такие как мультисигнатурные счета, каналы оплаты, условные депонирования, временные блокировки, атомная кросс-цепная торговля, оракулы или многосторонняя лотерея без оператора.

- Ethereum реализует почти полный по Тьюрингу язык в своей цепочке блоков, выдающей структуру интеллектуальных контрактов.

- Ripple (Codius), разработка умных контрактов остановлена в 2015 году

Основные части финансовой индустрии внедряют распределенные бухгалтерские книги для использования в банковской сфере, и согласно исследованию IBM, проведенному в сентябре 2016 года, это происходит быстрее, чем ожидалось.

Банки заинтересованы в этой технологии, потому что она имеет потенциал для ускорения систем расчетов бэк-офиса.

Банки, такие как UBS, открывают новые исследовательские лаборатории, посвященные технологии блокчейна, чтобы изучить, как блокчейн может использоваться в финансовых услугах для повышения эффективности и снижения затрат.

Беренберг, немецкий банк, считает, что блокчейн - это «чрезмерно продвинутая технология», которая имеет большое количество «доказательств концепции», но все еще имеет серьезные проблемы и очень мало историй успеха.

Предпринимаются многочисленные усилия, и отраслевые организации работают над использованием блокчейнов в логистике цепочек поставок и управлении цепочками поставок.

Блокчейн в транспортном альянсе (BiTA) работает над разработкой открытых стандартов для цепочек поставок.

Everledger является одним из первых клиентов службы отслеживания на основе цепочек IBM.

Walmart и IBM проводят пробное использование системы на основе цепочки блоков для мониторинга цепочки поставок - все узлы цепочки блоков управляются Walmart и находятся в облаке IBM.

Hyperledger Grid разрабатывает открытые компоненты для цепочек поставок.

¹ Дон, Тапскотт Технология блокчейн - то, что движет финансовой революцией сегодня / Тапскотт Дон. - М.: Эксмо, 2017. - 490 с.

Технология Blockchain может использоваться для создания постоянной, публичной, прозрачной системы бухгалтерских книг для сбора данных о продажах, отслеживания использования цифровых ресурсов и платежей создателям контента, таким как пользователи беспроводных сетей или музыканты. В 2017 году IBM стала партнером ASCAP. и PRS for Music для внедрения технологии блокчейна в распространении музыки. Служба Myselia Imogen Hear также была предложена как альтернатива на основе блокчейна, «которая дает артистам больший контроль над тем, как их песни и связанные с ними данные распространяются среди фанатов и других музыкантов»¹.

Таким образом, блокчейн сегодня набирает невероятную популярность в применении организациями для работы со своими финансами.

**ПОЕЗДКА В Г. ТИХВИН, ПОСВЯЩЕННАЯ 100-ЛЕТИЮ
СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ МОИСЕЕНКО Н. А.**

**A TRIP TO TIKHVIN DEDICATED TO THE 100TH ANNIVERSARY OF THE
BIRTH OF MOISEENKO N. A.**

**Маргания О.Л.,
Marganiya O.L.,**

декан экономического факультета СПбГУ,

**Гузов Ю.Н.,
Guzov I.N.,**

первый зам. декана экономического факультета СПбГУ,

**Титов В.О.,
Titov V.O.,**

председатель УМК экономического факультета СПбГУ,

**Иевлев Н.В.,
Ievlev N.V.,**

Генеральный директор НП «Серебрянное кольцо»

Ключевые слова:

Поездка, экономика

Keywords:

Trip, economics

В субботу 16 ноября 2019 года состоялась поездка в г. Тихвин Ленинградской области в рамках международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы менеджмента: новые методы и технологии управления в регионах и организациях», организованной экономическим факультетом СПбГУ. Эта поездка была организована РОО «Содружество» экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета при содействии Александро-Невского братства. Поездка

¹ Генкин, А. Блокчейн. Как это работает и что ждет нас завтра / А. Генкин. - М.: Альпина Паблшер, 2018. - 804 с.

была приурочена к 100-летию со дня рождения Почётного гражданина г. Тихвина, заслуженного деятеля науки РСФСР, декана экономического факультета ЛГУ в 1974-1982 гг., д.э.н., профессора Моисеенко Николая Андреевича. В состав делегации вошли: первый заместитель декана экономического факультета СПбГУ Гузов Юрий Николаевич; представители кафедры управления и прогнозирования социально-экономических процессов экономического факультета СПбГУ во главе с заведующим кафедрой Кузнецовым Юрием Викторовичем; две дочери, племянница и зять Моисеенко Н.А.; представители региональной организации выпускников экономического факультета СПбГУ; представители Александро-Невского братства; представители Совета музея «Боевой путь 3-ей гв. ДНО – 44 ЧКСД» ГБОУ гимназии №70 Петроградского района Санкт-Петербурга Зоннэ Дарья Юрьевна и Курганская Мария Юрьевна.

По пути в г. Тихвин экскурсоводы музея ГБОУ гимназии №70 провели краткую трассовую экскурсию, рассказали о значении г. Тихвина в истории нашей страны и в судьбе Николая Андреевича Моисеенко. После прибытия в город Тихвин нашу делегацию встретила руководитель Паломнической службы Тихвинского Богородичного Успенского мужского монастыря, которая провела небольшую экскурсию по городу по пути следования автобуса на территорию монастыря и затем проводила нас в Тихвинский Богородичный Успенский мужской монастырь. В монастыре группу по благословению Епископа Тихвинского и Лодейнопольского Мстислава как это принято у главной святыни монастыря - Иконы Тихвинской Божией Матери - встречал благочинный Тихвинского Богородичного Успенского монастыря Иануарий. Отец Иануарий в сослужении братии монастыря и певчих провёл молебен у Тихвинской иконы Божьей Матери. Для членов нашей поездки по благословению Епископа Тихвинского и Лодейнопольского Мстислава была открыта икона Тихвинской Божьей Матери, к которой все желающие смогли приложиться по окончании молебна. Такое благословение Епископом Мстиславом было дано в знак особого признания заслуг разведчиков под командованием Н.А. Моисеенко, освободивших монастырь от фашистских захватчиков. По окончании молебна была проведена лития по Н. А. Моисеенко и воинам, погибшим при освобождении г. Тихвина.

Далее делегация совершила торжественно-траурный митинг и возложение венков к памяtnому знаку разведчикам 25 СП 44 Чудовской Краснознамённой стрелковой дивизии, которые во главе с Н.А. Моисеенко освободили Тихвинский мужской монастырь в ночь с 8 на 9 декабря 1941 года. Первый заместитель декана экономического факультета СПбГУ Юрий Николаевич Гузов, открывая митинг сказал, что для каждого

из приехавших сюда Н.А. Моисеенко памятен по своему. Для него Николай Алексеевич был первым деканом, «принимавшим» его на факультет. И годы общения с Н.А. Моисеенко были для него временем получения не только специальных знаний, но и знаний, как надо общаться со студентами и преподавателями факультета. А Николай Алексеевич со всеми общался тактично и уважительно. Для дочерей, племянницы и зятя Николая Алексеевича, приехавших в этот день с нами в Тихвин Николай Алексеевич был человеком, прежде всего домашним, родным. Безусловно, память о нем будет светлой, говорили на митинге представители факультета и кафедры, что создал Николай Алексеевич. К памятному камню были возложены цветы. Было проведено фотографирование на память.

Затем состоялась торжественная поминальная трапеза в трапезной монастыря. Во время трапезы ее участники смогли выступить и сказать что то, что не успели сказать во время митинга. Так руководитель Ленинградского областного отделения Александро-Невского братства Николай Витальевич Иевлев сказал, что участие братства в этом мероприятии вовсе не случайно. Память о Н.А. Моисеенко хранят и чтят не только в Тихвинском монастыре, но и в Свято-Троицкой Александро-Невской Лавре, где на аллее Кавалеров ордена Александро-Невского упокоен Н.А. Моисеенко. От себя Николай Витальевич добавил, что его отец - Виталий Данилович воевал на Тихвинском фронте, был ранен и контужен под Синивино. «И каждый раз, когда я еду в эти края, то думаю: чего сюда в такую даль поперлись немцы? На что они рассчитывали? Ведь сломить дух таких людей как Н.А. Моисеенко задача не выполнимая!». Во время трапезы родные Николая Алексеевича поделились своими воспоминаниями о Николае Алексеевиче. Выступили представители администрации Тихвинского муниципального района, рассказавшие о том, что в районе помнят и чтят подвиг разведчиков под руководством Н.А. Моисеенко. Помнят и последующие заслуги Николая Алексеевича. Ведь не случайно Н.А. Моисеенко стал Почетным гражданином Тихвинского района. Член Правления РОО «Содружество» Вадим Капусткин сказал, что Содружество, организуя эту поездку, ставило задачу не только почтить память о Николае Алексеевиче, что безусловно важно, но и получить заряд стойкости посещая места, где был проявлен реально героизм по сути мальчишками-студентами. Ведь им тогда было, по сути-то, всего ничего — 20-25 лет. Мы будем не только помнить, но и рассказывать об этом подвиге студентам нашего факультета. Благочинный монастыря о.Иануарий, как бы подытоживая общение за трапезой, сказал, что тот подвиг, что совершали наши предки во время Великой Отечественной сродни духовным подвигам которые совершали Святые земли

нашей. И Православная церковь будет помнить и чтить подвиги воинов, сложивших головы и защищавших наше Отечество от иноземных непрошенных гостей. Юрий Николаевич Гузов от имени декана экономического факультета СПбГУ О.Л. Морганя и Ученого совета факультета передать слова благодарности Владыке Мстиславу за радужный прием в Тихвинском Богородичном Успенском монастыре. Юрий Николаевич отметил, что решение о поездке в Тихвинский монастырь на 100-летие со дня рождения Н.А. Моисеенко созрело во время поездки членов Александро-Невского братства в «серебряное заозерье» в августе этого года вокруг Ладожского, Онежского и Белого озер. Заехав в Тихвинский монастырь мы нашли моментальный отклик благочинного монастыря Иануария и Епископа Тихвинского и Лодейнопольского Мстислава. Владыка Мстислав просил только конкретизировать дату приезда. В остальном он сказал, что Монастырь примет всех достойно. Так оно и получилось!

Затем нашему вниманию была предложена экскурсия по Тихвинскому мужскому монастырю, организованная Паломнической службой монастыря с посещением иконы «На крыльчке». После этого делегация из Санкт-Петербурга отправилась на площадь Мерецкова к стеле «Тихвин – город воинской славы». Там нашу делегацию ожидала депутат совета Тихвинского городского поселения и по совместительству руководитель Военно-патриотического клуба «Десант» Шадричева Надежда Васильевна. Особо тронуло нас то, что у Монумента воинской славы был организован торжественный караул из участников Военно-патриотического клуба «Десант». Родственникам Н.А. Моисеенко были вручены памятные подарки от имени администрации и Совета депутатов Тихвинского района. Завершился маршрут возложением цветов и проведением торжественного митинга у мемориальной доски, установленной на поездке Моисеенко, д. 27А.

Участие в этой поездке по приглашению руководства экономического факультета СПбГУ приняли также представители Совета музея боевого пути 44 ЧКСД, Представители Совета музея отметили, что это была первая такая совместная поездка. Это здорово, что Н.А. Моисеенко помнят на экономическом факультете СПбГУ, с которым Николай Андреевич был связан практически всю жизнь. Памят о нем сохраняют и Музее боевого пути 44 ЧКСД, в составе которой Николай Моисеенко и совершил в годы Великой Отечественной войны свой подвиг по освобождению Тихвинского мужского монастыря. Как оказалось, память о Николае Алексеевиче Моисеенко и его сослуживцах поянт и в Тихвинском монастыре и в в самом городе Тихвине. Поездка позволила объединить эту память. Не случайно всё это произошло в 100-летнюю годовщину со

дня рождения Николая Андреевича. Дата обязывает. Но, как отмечали служители Тихвинского монастыря, цветы к памятному камню кладут не только в юбилейные и памятные даты. Они там появляются регулярно!

Поездка прошла просто великолепно! Мы надеемся, что такие поездки будут организовываться на факультете еще не раз, и в них будут принимать участие студенты факультета СПбГУ. А между Тихвинским Богородичным Успенским монастырем и экономическим факультетом СПбГУ установится на будущее системное плодотворное сотрудничество по, теперь уже совместному, сохранению памяти о герое нашей дивизии Моисеенко Н. А. К такому сотрудничеству, безусловно, должны на постоянной основе присоединиться администрации и Советы депутатов Тихвинского муниципального района и г. Тихвина, Тихвинский историко-краеведческий музей, Александро-Невское братство, Музей боевого пути 44 ЧКСД и, естественно, при деятельном участии РОО «Содружество» экономического факультета СПбГУ.

Санкт-Петербург — Тихвин — Санкт-Петербург

Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 20,9. Заказ № 6657.

197198. С.-Петербург, ул. Б. Пушкарская, д. 10, лит. А. пом. 32-Н

тел. 644-41-63, 982-83-94

e-mail: skifia-print@mail.ru

www.skifia-print.ru