

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ
КОСЫГИНСКИЙ ФОРУМ – 2019
«СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ ИНЖЕНЕРНЫХ НАУК»**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СИМПОЗИУМ
«ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ
ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»**

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

Часть 2

**МОСКВА
29-30 октября 2019 г.**

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук» (29-30 октября 2019 г.). – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019, Часть 2. – 335 с.

В сборник включены научные статьи российских и зарубежных ученых, представленные на Форум, в которых рассматриваются вопросы экономических аспектов работы предприятий обрабатывающего комплекса, проблемы управления предприятиями и бизнес процессами, современного маркетинга, развития инноваций и инвестиций в условиях реализации политики импортозамещения, а также экономические и социально-психологические аспекты повышения эффективности управления в промышленности и торговле, экономические и правовые ресурсы обеспечения экономической безопасности в промышленности и торговле. Материалы сборника предназначены для преподавателей вузов, аспирантов, научно-технических и инженерно-технических работников различных отраслей промышленности и агропромышленного комплекса.

Редакционная коллегия

Белгородский В.С. – ректор, Кашеев О.В. – проректор по научной работе, Зотов В.В. – директор института социальной инженерии, Виноградова Ю.В. – начальник отдела научно-исследовательских работ, Николаева Н.А. – ведущий инженер отдела научно-исследовательских работ, Мишаков В.Ю. – зав.кафедрой коммерции и сервиса, Радько С.Г. – зав.кафедрой экономики менеджмента, Лебедев С.Я. – зав.кафедрой экономической безопасности, аудита и контроллинга, Зотикова О.Н. – профессор кафедры экономической безопасности, аудита и контроллинга, Зернова Л.Е. - доцент кафедры коммерции и сервиса

ISBN 978-5-87055-804-2

© ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019
© Авторы статей, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 3. ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

1	Александрова И.В., Кузьменко Т.В. 2-СКОРОСТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИТ-ПРОЕКТАМИ 2-SPEED IT-PROJECT MANAGEMENT.....	7
2	Байнев В.Ф., Рунков Ю.Ю. ЦИФРОВАЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ КАК ГЛАВНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА.....	10
3	Барсегян Л.М. ПРОБЛЕМЫ И ПРИОРИТЕТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	14
4	Беркович М.И., Антипина Н.И. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТОВ В КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	18
5	Буренин А.Н. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРАМЕТРОВ РОСТА И ПАДЕНИЯ ЦЕНЫ АКЦИИ В БИНОМИАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ПРЕМИИ ОПЦИОНА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛЕММЫ ИТО.....	22
6	Вансевич Е.И. ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ.....	26
7	Верезубова Т.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	29
8	Генералова А.В., Андросова И.В. ТЕХНОЛОГИИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В РАБОТЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	33
9	Гораева Т.Ю. РАЗВИТИЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ.....	37
10	Гурбанов Н.Г., Гушхани Р.Н. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ.....	40
11	Гусаков Б.И., Сотникова А.В. РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА ПРИ ОГРАНИЧЕННЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСАХ.....	43
12	Дробышев А.А., Трусевич И.В. ОБ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЕ КОНТРОЛЯ КОРРЕКТНОСТИ ЗАПОЛНЕНИЯ КОНСТРУКТОРСКИХ ДАННЫХ В PDM СИСТЕМЕ WINDCHILL.....	47
13	Дружинина И.А., Квач Н.М. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ.....	51
14	Дружинина И.А., Квач Н.М. ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ЕЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ.....	55
15	Зернова Л.Е. СРАВНЕНИЕ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ И ИРАНЕ.....	58
16	Зотиков А.А. ЭЛЕМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА ОРГАНИЗАЦИИ.....	64
17	Зотикова О.Н., Дембицкий С.Г. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЁТ.....	67
18	Зотикова О.Н. ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ КОНТРОЛЛИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	72
19	Ингман Н.И. ВЛИЯНИЕ ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СТАНДАРТА ПО ФИНАНСОВЫМ ИНСТРУМЕНТАМ (МСФО 9) НА ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ.....	75
20	Казаков С.В., Болкина Г.И. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	79
21	Квач Н.М., Дембицкий С.Г., Дружинина И.А. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ.....	82
22	Киселевич А.И. ПОНЯТИЕ, СОДЕРЖАНИЕ И ПРИНЦИПЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	85
23	Клещёва С.А. КРАУДФИНАНСИРОВАНИЕ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ... ..	89

24	Котикова О.П. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ..	92
25	Кудрявцева Л.Г. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	95
26	Кузин В.Ф., Лачинина Т.А., Чистяков М.С. КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО РАЗВИТИЯ.....	99
27	Лазовская Т.Г., Силаков А.В. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЛИНГ КЭПТИВНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	103
28	Лисовская И.А., Трапезникова Н.Г. ДИНАМИКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОМПАНИИ КАК РЕЗУЛЬТАТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДИКИ ФИНАНСОВОГО УЧЕТА.....	109
29	Мамедов Ф.А., Мусаева Д.Г. ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ И УРОВЕНЬ РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ АЗЕРБАЙДЖАН.....	113
30	Мамедова Х.Ф. ФОРМИРОВАНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОПОРЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ АЗЕРБАЙДЖАНА В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.....	115
31	Мезенцева Е.В., Иванов В.В., Мишаков В.Ю. ИННОВАЦИОННЫЕ РАЗРАБОТКИ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫХ НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ СЕКТОРОВ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РФ.....	118
32	Мезенцева Е.В., Мишаков В.Ю. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИИ В СОЗДАНИИ ОДЕЖДЫ. МЕТОДЫ АНАЛИЗА.....	122
33	Носова О.В., Носова Т.Ю. ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	128
34	Силаков А.В., Квач Н.М. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ ПРИЛОЖЕНИЯ ТЕКСТИЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ СПОРТА.....	132
35	Соколов Л.А. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТЬЮ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	136
36	Студеникина Л.А. ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ТЭК РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ: ИТОГИ ПЯТИ ЛЕТ.....	141
37	Резюк В.И. ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА БЮДЖЕТА СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА: НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТЫ.....	144
38	Царегодроцев И.С. ИНВЕСТИЦИИ В ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА.....	148
39	Давыдов С.В., Растанин Д.А. РАЗВИТИЕ СИСТЕМ САМООБСЛУЖИВАНИЯ В БАНКОВСКОЙ И РОЗНИЧНОЙ СФЕРАХ.....	150

СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ

1	Агальцова Т.В., Ильясов И.И., Нагибина Н.Л. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ТРАЕКТОРИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ УЧЕНИКА ШКОЛЫ.....	154
2	Андрощук С.В. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ХАРАКТЕР ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ БЕЛАРУСИ И УКРАИНЫ.....	157
3	Антоненко И.В. ДОВЕРИЕ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	161
4	Артемцева Н.Г. РОЛЬ СТРАТЕГИЙ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ В ДИСТАНТНОМ ОБРАЗОВАНИИ.....	165
5	Бармашов К.С. О ГАРМОНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ И ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	169
6	Бобков В.А. СОВЕТСКИЙ ПРОЕКТ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ: ПОЛЬЗА НАШЕМУ ВРЕМЕНИ.....	171
7	Будько О.Н., Николайчик А.И. АВТОМАТИЗАЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ НА	

	ПЛАТФОРМЕ 1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8.....	175
8	Булков А.А. МОНИТОРИНГ РИСКОВ В ОБРАЗОВАНИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ.....	180
9	Бык В.Ф., Каунов К.И. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВЛИЯЮЩИХ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ПРОЦЕССА ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	183
10	Губачев Н.Н. ОБЩЕСТВЕННО-ГОСУДАРСТВЕННОЕ ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО: МЕХАНИЗМЫ И УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ.....	187
11	Губачев Н.Н., Титов В.Н. ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕХНИКО-ВНЕДРЕНЧЕСКИХ ЗОН В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	191
12	Гурская С.П. РАЗВИТИЕ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	195
13	Зотов В.В. АДАПТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ.....	199
14	Кайтукова З.Х., Лапшина Д.В. ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СТУДЕНТОВ ПЕДВУЗА РАЗЛИЧНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ И УРОВНЕЙ ОБУЧЕНИЯ.....	203
15	Калинин И.В., Калинина Н.В. ТРИАДА «РУКОВОДСТВО – ПОДЧИНЕНИЕ – ИСПОЛНЕНИЕ» И ЕЁ СТИЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ.....	207
16	Карицкий И.Н. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ В РАЗВИТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ НАВЫКОВ.....	210
17	Кириллов В.П., Кириллова Г.В. УПРАВЛЕНИЕ НЕВОЕННЫМИ СПОСОБАМИ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕРРОРИЗМУ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ.....	215
18	Комарова А. А., Завельская И. М. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.....	219
19	Корчагина Л.М. ДОСТОВЕРНОСТЬ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ.....	222
20	Коршунов А.М. ФИНАНСОВАЯ ОЛИГАРХИЯ ПРОТИВ ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ.....	224
21	Костригин А.А., Стоюхина Н. Ю. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В СФЕРЕ МОДНОЙ ОДЕЖДЫ.....	229
22	Ливадина С.П. ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА.....	233
23	Масленникова А.В., Нагибина Н.Л. СТИЛИ ТВОРЧЕСТВА В ЗЕРКАЛЕ НЕЙРОПСИХОЛОГИИ И ИСКУССТВОЗНАНИЯ.....	237
24	Миразизов А.Х. ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН.....	241
25	Мореева Е.В. ОПТИМИЗАЦИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	246
26	Никольская А.В. ИЗМЕНЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	251
27	Огурцова Н.С. СОВРЕМЕННЫЕ МОТИВАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ.....	258
28	Одинцов А.А., Одинцова О.В. О ПРИНЦИПАХ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ... ..	262
29	Петросян А.Д. МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДВИЖЕНИЕМ ПРОДУКЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ.....	265
30	Петросян Д. С. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ ОГРАНИЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭГОИЗМА.....	270
31	Пивикова Е.К. РОЛЬ НОВЫХ РЫНКОВ СБЫТА ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ.....	273
32	Пигунова О.В. АУДИТ ДОГОВОРНОЙ РАБОТЫ КАК ФАКТОР РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ.....	276
33	Попел А.Е. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ	

	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	281
34	Тимохин В.В. УКРУПНЕНИЕ ВУЗОВ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСНЫХ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ПРОЕКТОВ.....	285
35	Титов В.Н. ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В РФ И КНР.....	287
36	Тихонова Е.В. ФОРМИРОВАНИЕ МАРЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ НА ОСНОВЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.....	290
37	Чипуренко Е.В., Симонихина Ю.К., Марукян Л.Э. ПЕРСПЕКТИВЫ КОРПОРАТИВНОЙ ОТЧЕТНОСТИ: ТАКСОНОМИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ.....	293
38	Чугунов А.Е. СТОРИТЕЛЛИНГ ДЛЯ БРЕНДА, И ПОЧЕМУ БИЗНЕС-АНГЕЛЫ БЕЗ ИСТОРИИ НЕ МОГУТ БЫТЬ УСПЕШНЫМИ.....	298
39	Шаркова И.В., Дианина Е.В. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА «РИВЬЕРА» ПОСРЕДСТВОМ КОММУНИКАЦИЙ.....	300
40	Школяр Н.А. РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ В РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ.....	303
41	Бунев Е.Г. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ МАССОВЫМ СПОРТИВНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ.....	306
42	Карпова Е.Г. МОДЕРНИЗАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ.....	310
43	Карпов Э.С. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ.....	314
44	Карпова Е.Г., Сонов И.В. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ «ПОКОЛЕНИЕМ Z» НА РЫНКЕ ТРУДА В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ.....	318
45	Карпова Е.Г., Мишина О.Ю. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДОСТУПНОЙ СРЕДЫ В ИНКЛЮЗИВНОМ ДИЗАЙНЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА.....	322
46	Карпова Е.Г., Сонов И.В. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ АДАПТАЦИИ МОЛОДЕЖНЫХ КОГОРТ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ.....	325
47	Усик С.П. ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ К БРЕНДУ.....	330

СЕКЦИЯ 3. ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

УДК 677.074

2-СКОРОСТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИТ-ПРОЕКТАМИ 2-SPEED IT-PROJECT MANAGEMENT

**Александрова Ирина Вячеславовна, Кузьменко Татьяна Владимировна
Aleksandrova Irina Vyacheslavovna Kuzmenko, Tatiana Vladimirovna**

*Банк «ФК Открытие»
Bank «FC Otkritie», Russia, Moscow
(e-mail: Irina.Aleksandrova@open.ru, Tatyana.Kuzmenko@open.ru)*

Аннотация: В статье рассмотрен опыт внедрения бимодального подхода к реализации ИТ-проектов в крупном банке. Внедрение было выполнено за 4 месяца, а его основным продуктом стал единый портфель технологических задач, в состав которого вошли как проекты водопадного так и аджайл-формата.

Abstract: The article describes the experience of implementing a bimodal approach to the realisation of IT projects in a large bank. The implementation was completed in 4 months, and its main product was a single portfolio of technological tasks, which included both waterfall and agile-format projects.

Ключевые слова: управление ИТ-проектами, портфель проектов, бимодальное ит, аджайл, водопад.

Keywords: IT project management, project portfolio, bimodal IT, agile, waterfall.

Банковская сфера известна всем ИТ-специалистам как одна из самых жестких в части требований к стабильной и надежной работе своих программно-аппаратного комплексов. Например, недоступность таких сервисов как эквайринг или выдача наличных в банкомате в даже течение нескольких минут расценивается как чрезвычайная ситуация. Любое обновление программного обеспечения, реализующего подобные сервисы, может содержать скрытые ошибки, а значит является потенциальной угрозой для отказоустойчивой работы. Неудивительно, что крупные банки при реализации своих ИТ-проектов выбирают водопадную модель жизненного цикла: она характеризуется редкими крупными поставкам обновлений информационных систем, а значит риск «уронить» уровень сервиса возникает столь же редко.

С другой стороны, структура конкуренции в отрасли изменяется: неолбанки, финтех, ИТ, телеком, не банковские игроки поставляют традиционно банковские продукты, а крупные банки поставляют широкий спектр не банковских услуг. Внешнее окружение требует изменений, которые в первую очередь касаются скорости вывода новых возможностей на рынок. Неудивительно, что в последние несколько лет широкое распространение в банковской сфере получило применение гибких подходов к разработке программного обеспечения, все больше и больше банков говорят о внедрении аджайла...

Современное ИТ не стоит перед выбором «стабильность или быстрота изменений», им одновременно предлагается реализовать и первое, и второе. Еще в 2014 году компания Gartner среагировала на этот вызов, предложив бимодальную схему организации ИТ, то есть практику управления двумя отдельными, согласованными режимами предоставления ИТ услуг, где один сосредоточен на стабильности и другой на манёвренности.

Настоящая статья представляет собой рассказ о реальном опыте применения бимодального подхода к построению проектного управления: совмещению водопадного и аджайл-подходов в реализации ИТ-проектов, на фоне которого был «с нуля» сформирован портфель, в который вошли проекты разных форматов.

В начале 2018 года в компании произошли организационные изменения, следствием которых стало столкновение корпоративных культур. Как на стороне ИТ, так и на стороне бизнеса существовало два различных представления о принципах ИТ-разработки (рис.1), каждый из которых имел свои преимущества, и нам не хотелось отказываться ни от одного из них.

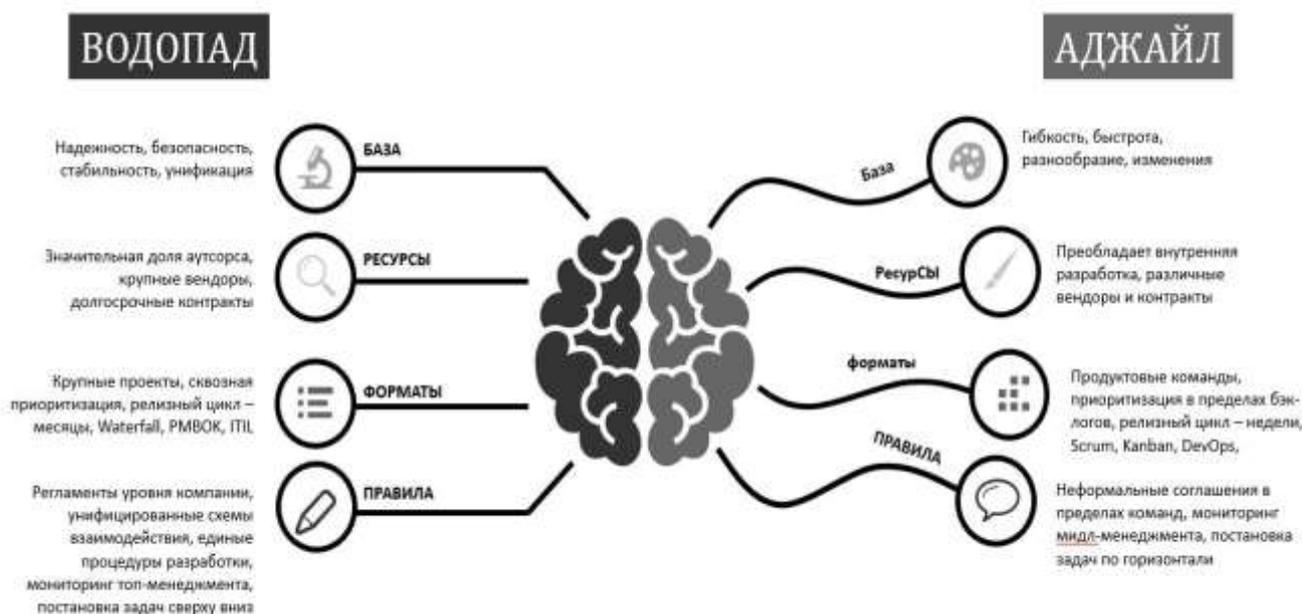


Рис. 1. Различия в водопадных и аджайл-подходах к разработке программного обеспечения

К апрелю того же года стала очевидна необходимость формирования единого портфеля ИТ-проектов в целях создания выровненного со стратегией распределения ресурсов, а также возможности мониторинга стратегически важных активностей Банка. Практически сразу договорились, что проекты могут быть выполнены как в формате водопада, так и в аджайл, но эти форматы должны быть сопоставимы друг с другом с целью координации всего портфеля. Также необходимо было срочно определиться с ответами на следующие вопросы:

1. **Из чего** может состоять портфель проектов: нужно выделить первоочередные и наиболее важные инициативы развития.
2. **Какие ограничения** могут возникнуть при формировании портфеля: нужно оценить ресурсы, которыми мы можем располагать.
3. **Как** упаковать портфель: претендентов на включение в портфель нужно описать так, чтобы их было можно сопоставлять.
4. **Кто** решает вопрос о включении в портфель: нужно сформировать структуры, наделенные полномочиями принимать решения по вопросам технологического развития.

Можно выделить шаги, которые были пройдены в поисках ответов на поставленные вопросы:

1. Методология: сжато описали жизненные циклы водопадного и аджайл-форматов, ключевые параметры, роли, требования к КПЭ и принципы мониторинга для каждого из форматов (рис. 2.).



Рис. 2. Фрагмент методологии проектов аджайл-формата

2. Инициативы: бизнес провел инвентаризацию своих инициатив и подготовил актуальный приоритизированный перечень.
3. Ресурсы: ИТ оценил емкость ресурсов, доступных для реализации инициатив.
4. Коллегиальные органы: был сформирован ИТ-комитет и Комитет по развитию. Классификация: были разработаны критерии, на базе которых ИТ-комитет поделит инициативы на крупные и мелкие, крупные разделит на водопад и аджайл. Например, для аджайл-формата анализировалось соответствие следующим критериям:
 - **Требования:** сложность в детальном описании итоговых требований к конечному результату;
 - **Задачи:** развитие внедренной ранее промышленно-эксплуатируемой системы;
 - **Интеграция:** монофункциональный характер задачи (один заказчик, одна система);
 - **Технологии:** возможность обеспечения высокого уровня автоматизации разработки и тестирования;
 - **Результат:** требование быстрого выхода на окупаемость.
5. Описание: крупные инициативы были описаны в стандартных шаблонах паспортов проектов водопадного и аджайл-формата.
6. Верификация: Комитет по развитию верифицировал целесообразность реализации инициатив и зафиксировал правила их приоритизации.
7. Запуск: Комитет по развитию утвердил старт портфеля на базе предложения ИТ о ресурсном обеспечении.

Уже в июле портфель ИТ-проектов был сформирован и запущен. Хорошим подспорьем в реализации задачи в столь сжатые сроки стало решение не разрабатывать и не выпускать регламентных документов в их классическом банковском понимании, когда написанный за неделю документ размером в 10 страниц проходит трехмесячное согласование с огромным количеством подразделений, превращаясь в конце этого пути в непригодное для изучения, обросшее сносками и оговорками 100-страничное письмо «дяди Федора».

С целью оперативной легализации методологии проектного управления, а соответственно установления прозрачных правил работы, договорились о гибком подходе к ее разработке: обязательные требования разрабатывались инкрементально и утверждались Комитетом по развитию, в дополнение разрабатывались методические указания, носящие рекомендательный характер и не требующие утверждения. В последствии все наработки

были интегрированы в единую вики-библиотеку.

Бимодальный подход сейчас не редко критикуют за то, что он разделяет ИТ на два лагеря, в котором идет борьба за ресурсы и влияние, но в данном случае такой проблемы не возникло. Хотя при формировании портфеля каждая инициатива и была упакована в наиболее подходящий для нее формат реализации, но в процессе приоритизации формат не учитывался. И водопадные и аджайл-проекты конкурировали за обеспечение ресурсами из общего ресурсного пула на абсолютно равных условиях.

Бесконфликтное сосуществование двух форматов создает основу для трансформации бимодального подхода в мульти-модальный. Для ускорения проверки гипотез и бизнес-востребованности инновационных технологий в компании предполагается вводить новый формат проектного управления: пилоты (рис.3).



Рис. 3. Характеристики пилотов

УДК 338.22.021.1

ЦИФРОВАЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ КАК ГЛАВНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА DIGITAL INDUSTRIALIZATION AS A MAIN INNOVATIVE PROJECT EURASIAN ECONOMIC UNION

Байнев Валерий Федорович, Рунков Юрий Юрьевич
Baynev Valeriy Fedorovich, Runkov Yuri Yurievich

Белорусский государственный университет, Беларусь, Минск
Belarusian State University, Belarus, Minsk
(e-mail: baynev@bsu.by)

Аннотация: Рассмотрены особенности цифровой индустриализации как современного этапа технико-технологического прогресса, определены направления ее осуществления в странах Евразийского экономического союза.

Abstract: The features of digital industrialization as a modern stage of technical and technological progress are considered, the directions of its implementation in the countries of the Eurasian Economic Union are defined.

Ключевые слова: цифровая индустриализация, «промышленный интернет», сетевая

корпорация.

Keywords: digital industrialization, “industrial internet”, network corporation.

В современных условиях становления технотронной экономики инновационного типа именно промышленный комплекс, производящий и поставляющий прогрессивные средства производства и предметы потребления в прочие отрасли и сферы жизнедеятельности современного общества, выступает подлинным «драйвером» инноваций и «локомотивом» формирования инновационной экономики. Необходимость модернизации (инновационного развития) промышленного комплекса Беларуси и России с учетом новых возможностей, открывшихся в процессе формирования Евразийского экономического союза (ЕАЭС), является исключительно важной и актуальной задачей. Развитие теоретических основ модернизации промышленного комплекса Беларуси и других стран ЕАЭС с учетом актуальных тенденций трансформации мировой экономики стало основной целью НИР «Развитие промышленного комплекса Беларуси в условиях четвертой индустриальной революции», осуществляемой в Белорусском государственном университете в рамках Государственной программы научных исследований «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества» (2016-2020 гг.).

В качестве теоретической основы указанного научного исследования принята разработанная в начале XXI века российскими учеными концепция *новой индустриальной политики (неоиндустриализации)*, подразумевающая вертикальную интеграцию промышленных активов и создание крупных и сверхкрупных межотраслевых транснациональных корпораций (ТНК), в том числе и прежде всего с участием промышленных капиталов стран ЕАЭС [1]. Предпринятое нами теоретическое развитие данной концепции с учетом нынешних реалий цифровой трансформации экономики в рамках четвертой индустриальной революции [2, 3] позволило нам прийти к выводу о том, что в качестве главного стратегического приоритета развития стран ЕАЭС на средне- и долгосрочную перспективу должна быть официально обозначена *цифровая индустриализация национальной экономики*.

Для того чтобы раскрыть сущность и содержание феномена цифровой индустриализации необходимо детально исследовать технико-технологические и политико-экономические особенности ключевых этапов эволюции техники и технологий (рис. 1). При этом следует сделать два принципиальных замечания.

Во-первых, не смотря на то что, в ЕАЭС этапы технико-технологического прогресса принято отождествлять с первым-шестым технологическими укладами [4], а в США и Европейском союзе – с первой-четвертой индустриальными революциями, между «нашими» технологическими укладами и «их» промышленными революциями прослеживается однозначная взаимосвязь [3] (рис. 1). Например, исходя из типических признаков, ныне свершающаяся в западных странах четвертая индустриальная революция соответствует этапу формирования шестого технологического уклада согласно принятой в России, Беларуси и других странах ЕАЭС системе периодизации эволюции техники и технологий.

Во-вторых, при исследовании этапов технико-технологического прогресса мы исходили из того, что всякая техника вне зависимости от ее вида имеет одно и то же общее фундаментальное политико-экономическое предназначение – экономить труд человека, повышать его производительность. При этом следует помнить, что человек может участвовать в производстве экономических благ (на работе и в быту) в трех фундаментальных ипостасях (сущностях), а именно в качестве:

1) *источника физической энергии*, когда основную роль играют мускульно-двигательные способности работника (типичные примеры – землекоп, грузчик, носильщик и т.п.);

2) *оператора, управляющего машиной*, когда мускульная сила работника хотя и используется, однако отступает на второй план при возрастающей роли его

интеллектуальных способностей (сопряженные примеры – экскаваторщик, оператор автопогрузчика, водитель автомобиля и т.п.);

3) *исполнителя интеллектуальных и творческих функций*, при реализации которых роль мускульной силы человека исчезающе мала, а основную роль начинают играть его умственные способности (сопряженные примеры – конструктор экскаватора, разработчик технологии изготовления автопогрузчика, дизайнер кузова автомобиля и т.п.).

Характеристика этапа	Этапы эволюции техники и технологий				
	Доиндустриальная эпоха	Первая индустриальная революция	Вторая индустриальная революция	Третья индустриальная революция	Четвертая индустриальная революция
	Первый технологический уклад	Второй технологический уклад	Третий технологический уклад	Четвертый-пятый технологический уклад	Шестой технологический уклад
Примерные исторические рамки	До середины XVIII в.	Вторая половина XVIII–конец XIX вв.	Конец XIX–первая четверть XX вв.	1930-2000 гг.	Начало XXI в.
Базовое техническое устройство	Ручной инструмент, парус, ветряное и водяное колесо	Паровой двигатель	Электрический двигатель	ЭВМ, компьютер, микропроцессор	«Промышленный интернет»
		Тепловой двигатель			
Политико-экономическое содержание этапа	Использование ручного (мускульного) труда	Механизация производства		Автоматизация производства	
			Электрификация производства		Интеллектуализация техники
Основное звено экономики	Кустарное производство	Предприниматель, небольшая фирма	Среднее и крупное предприятие	Транснациональная корпорация	Глобальная сетевая корпорация



Рис. 1. Этапы эволюции техники и технологий и их характерные особенности

Несложно заметить, что каждая очередная индустриальная революция связана с тем, что по ее результатам машины осваивали и замещали все более и более сложные функции человека. Так, в *доиндустриальную эпоху* ключевым фактором производства выступала физическая (мускульно-двигательная) энергия работника. *Первая индустриальная революция*, базовым техническим устройством которой стал *паровой двигатель*, дала старт *механизации* – замещению машинами человека в его первой ипостаси, когда тот использовался преимущественно в качестве источника двигательной энергии (см. рис. 1).

Вторая индустриальная революция позволила расширить, углубить и в основном завершить процесс механизации производства и быта на основе их масштабной электрификации. Таким образом, базовым техническим устройством этого периода стал *электродвигатель*, который обеспечивал гораздо большее число степеней свободы при механизации производства, нежели тепловой двигатель (см. рис. 1). Масштабная

механизация на базе электрификации привела к тому, что прерогативой человека остались лишь характерные для его второй и третьей ипостасей (см. выше) функции, связанные с управлением машинами и интеллектуально-творческой деятельностью.

Третья индустриальная революция начала «наступление» на работника, представленного его второй ипостасью (см. выше). Последовательное появление ЭВМ, компьютера, микропроцессора с их принципиальной возможностью непосредственно управлять электродвигателем по наперед заданной программе обусловило *автоматизацию* производственных процессов, когда функции управления техникой вместо человека-оператора стали выполнять «разумные» машины. Их основу составили микроконтроллеры – специализированные микропроцессоры, управляющие прецизионными исполнительными электродвигателями. Таким образом, базовыми техническими устройствами второй индустриальной революции стали *микроконтроллер* и *прецизионный исполнительный электродвигатель*, а также построенное на их основе *оборудование с числовым программным управлением (ЧПУ)*. По итогам третьей промышленной революции человек остался незаменимым лишь в сфере интеллектуального и творческого труда.

Нынешняя *четвертая индустриальная революция* (переход к шестому технологическому укладу) благодаря технологиям *искусственного интеллекта* и возможностям «*промышленного интернета*» дала старт *интеллектуализации техносферы* – замещению «разумными» машинами человека в его третьей фундаментальной ипостаси (см. выше). «*Промышленный интернет*» позволяет связывать в рамках единого производственного процесса множество оснащенных оборудованием с ЧПУ промежуточных и конечных производств, в том числе расположенных в разных регионах и даже в иных странах. Интегрированная совокупность таких производств, управляемых программно посредством «*промышленного интернета*» из единого общего центра – интеллектуального ядра системы, суть *сетевая (электронная, цифровая) корпорация*. Достоинства сетевых корпораций обусловлены сочетанием преимуществ крупного и сверхкрупного корпоративного бизнеса и конкурентных отношений внутри них. Последнее следует из того, что всякое менее эффективное промежуточное производство может быть несложно исключено из состава сетевой корпорации ее интеллектуальным ядром и заменено на более эффективного конкурента. Еще одно преимущество сетевых корпораций – простота и эффективность программной синхронной перенастройки на выпуск новой продукции всей совокупности взаимосвязанных производств, что обеспечивает беспрецедентную гибкость и инновационную восприимчивость системы. Эти и некоторые другие свойства сетевых корпораций обеспечивают им недостижимую для классических ТНК и других форм организации бизнеса технологическую динамичность и конкурентоспособность. Иными словами, сетевые корпорации – это стержневая организационно-экономическая инновация XXI века, которая в недалекой перспективе, вне всяких сомнений, станет фундаментом глобальной конкурентоспособности любой современной экономики.

Таким образом, *цифровая индустриализация* – это процесс массового производства оборудования с ЧПУ и технических средств их коммуникации, масштабного оснащения таким оборудованием отечественных предприятий с целью обеспечить им возможность интеграции в национальные и глобальные цепочки создания стоимости и тем самым создать предпосылки для организации сетевых (электронных, цифровых) корпораций как основы глобальной конкурентоспособности экономики. Такие корпорации, интегрируя реализующие местные конкурентные преимущества белорусские, российские, казахстанские и т.д. предприятия, позволят кардинально повысить эффективность и конкурентоспособность промышленного комплекса ЕАЭС.

В связи с этим считаем жизненно важным, во-первых, сконцентрировать усилия на разработке и реализации в странах ЕАЭС общесоюзной программы производства своей собственной элементной базы (микроконтроллеров, прецизионных электродвигателей и т.п.), необходимой для изготовления станков с ЧПУ и аппаратных средств их дистанционного взаимодействия. Во-вторых, на этой основе необходимо наладить массовое производство

оборудования с ЧПУ, а также соответствующего программного обеспечения, позволяющего такому оборудованию дистанционно взаимодействовать друг с другом посредством технологий «промышленного интернета». И наконец, в-третьих, нужна программа массового оснащения отечественных предприятий оборудованием с ЧПУ и формирования своих собственных сетевых (электронных, цифровых) корпораций. Мы убеждены, что в ближайшие годы такие корпорации станут фундаментом мировой хозяйственной системы, а потому цифровая индустриализация Беларуси, России и других стран ЕАЭС должна стать стратегическим инновационным проектом национального и общесоюзного значения.

Список литературы

1. Губанов С.С. Державный прорыв. Неиндустриализация России и вертикальная интеграция. М.: Книжный мир, 2012. 224 с.
2. Schwab К. The Fourth Industrial Revolution wab // Foreign Affairs. December 12, 2015. <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution>.
3. Байнев В.Ф. Четвертая промышленная революция как очередной этап экономической интеграции // Экономист. 2017. №2. С. 3-9.
4. Глазьев С.Ю. Рывок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. М.: Книжный мир, 2018. 768 с.

УДК 338.242; 330.34

ПРОБЛЕМЫ И ПРИОРИТЕТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ PROBLEMS AND PRIORITIES OF REGULATION OF THE INNOVATIVE ENVIRONMENT IN REPUBLIC OF BELARUS

**Барсегян Лилия Михайловна
Barsegian Lilia Mikhaelovna**

*Институт бизнеса Белорусского государственного университета, Беларусь, Минск
School of Business of Belarusian State University, Belarus, Minsk
(e-mail: lm_barsegian@mail.ru)*

Аннотация: В статье рассматриваются тенденции развития инновационных процессов в Республике Беларусь и современные сдерживающие факторы инновационного развития экономики страны.

Abstract: In article trends of development of innovative processes in Republic of Belarus and modern deterrents of innovative development of national economy are considered.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, инновационный процесс.

Keywords: innovation, innovative development, innovation process.

Современное белорусское общество определяет одной из важнейших задач современного этапа развития – создание инновационной экономики. В предшествующих экономических моделях инновации рассматривались как независимая сила, в инновационной экономике инновации должны рассматриваться в качестве основного стимула, который поддерживается государственной политикой, знаниями, технологиями и предпринимательством. Стимулирование этих факторов должно быть главной целью экономической политики наряду с развитием эффективных партнерских отношений частного и государственного секторами, которые, в свою очередь, способствуют росту инноваций и производительности. Инновации начались в технологической отрасли и быстро переросли в другие отрасли экономики. Благодаря улучшенным технологическим возможностям, более

общедоступным базам знаний отдельные лица и фирмы смогли более эффективно создавать продукты и услуги, улучшающие жизнь людей.

В Беларуси инновационный путь развития определяется в качестве стратегического ориентира через утверждение и реализацию нормативно-правовых документов. В стране активно реализуется Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы, где инновационный потенциал планируется с помощью основных показателей, представленных в таблице 1.

Таблица 1. Сводные целевые показатели Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы

Наименование показателей	Единица измерения	Значения показателей по годам				
		2016	2017	2018	2019	2020
1. Удельный вес инновационно активных организаций в общем числе организаций, основным видом экономической деятельности которых является производство промышленной продукции	процентов	20,0	21,5	23,0	25,0	26,0
2. Удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции организациями, основным видом экономической деятельности которых является производство промышленной продукции	процентов	13,6	14,5	16,0	18,0	21,5
3. Доля экспорта наукоемкой и высокотехнологичной продукции в общем объеме белорусского экспорта ¹	процентов	31,0	31,5	32,0	32,5	33,0
4. Количество создаваемых (модернизируемых) рабочих мест	единиц	1758	2155	2883	1796	1511
5. Количество субъектов инновационной инфраструктуры		15	16	17	18	19
6. Количество резидентов научно-технологических парков	единиц	126	168	210	252	300

Составлено автором на основе [1].

В рамках программы должны быть реализованы 105 проектов, направленных на повышение конкурентоспособности страны, прежде всего, в таких сферах, как био- и нанотехнологии, атомная энергетика, информационно-коммуникационные технологии, микро- и оптоэлектроника, аддитивные технологии, медицинские технологии. В республике почти треть технологий относится к третьему укладу. Особые усилия направлены на развитие высоких технологий и высокотехнологичных производств, основанных на разработках V и VI технологических укладов. Доля инновационных проектов, которые можно отнести к V и VI технологическому укладу должны составлять не меньше 3/4 общего объема того, что реализуется благодаря госпрограмме. Однако в настоящее время только около 39%, а это – 34 проекта, соответствует данному уровню [2]. Законодательные изменения в системе финансирования Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы предполагают покрытие издержек в большей степени за счет банковских кредитов (около 2/3 общего финансирования).

Собственные средства участвующих организаций – около 18%. Третьим источником должен стать инструмент государственных грантов. Ключевую роль среди всех источников финансирования инновационных проектов играет Белорусский инновационный фонд, за счет средств которого имеется возможность финансировать инновационный процесс на стадиях коммерциализации и выхода на рынок, а также применять гранты и ваучеры на начальной стадии инноваций. В Беларуси создана специальная финансовая организация – Банк развития, который является каналом финансирования проектов в рамках всех госпрограмм, включая инновационные.

К еще одному источнику финансирования инноваций можно отнести созданный в декабре 2016 Российско-Белорусский фонд венчурных инвестиций. Его размер составляет 1,4 млрд российских рублей. Инвесторами фонда выступили Белорусский инновационный фонд, РВК и Инфрафонд РВК. Инвестиции Фонда могут быть направлены в проекты компаний, зарегистрированных в Российской Федерации или в Республике Беларусь:

- до 25 млн российских рублей на венчурной стадии при доле частного инвестора не менее 25%;

- до 150 млн российских рублей в компании, находящиеся в стадии роста.

В республике сформирована сеть субъектов инновационной инфраструктуры, включающая 10 научно-технологических парков, 7 центров трансфера технологий, один инновационный фонд, один венчурный фонд. Правильность принятых на государственном уровне решений по построению развитой инновационной инфраструктуры подтверждает деятельность Парка высоких технологий (ПВТ), который был создан в 2005 году, а сегодня уже производит и экспортирует ИТ-услуг больше чем на 1 млрд долларов. Реализация Декрета Президента Беларуси от 21.12.2017 № 8 «О развитии цифровой экономики» направлена на дальнейшее развитие ПВТ, инновационной сферы и построение современной цифровой экономики в Республике Беларусь [2].

Для определения уровня инновационного развития используются мировые рейтинги, которые на основе комплексных индексов позволяют оценить результаты развития страны. В Глобальном рейтинге инноваций 2018 (Global Innovation Index-2018), где анализировалось состояние в области инноваций в 125 странах, Беларусь заняла 86-е место. По такому показателю, как «отношение общего количества учащихся в высших учебных заведениях» страна на пятом месте; «процент работающих женщин с учеными степенями от общего числа занятых» - и вовсе вторая. Однако среди европейских стран общий показатель – худший. При составлении рейтинга авторы учитывали показатели в семи направлениях: институциональная структура страны (политическая, нормативно-правовая и бизнес-среда), человеческий капитал и исследования (расходы на образование, НИОКР), инфраструктура (информационные и коммуникационные технологии), уровень развития рынка и деловой сферы, а также творческие результаты (количество заявок на товарные знаки, экспорт культурных и творческих услуг, интернет творчество и т.д.). Довольно высокие показатели (34 позиция) Беларусь показала в категории человеческого капитала и исследований, низкие – в творческом потенциале (122 позиция).

В последние годы не удалось изменить ряд негативных тенденций. Так, согласно данным Табло инновационного союза (IUS-2015), с каждым годом усугубляется тенденция сокращения доли госрасходов на НИОКР в ВВП (ежегодно на 0.2–0.3%) [3]. В 2017 году доля расходов государственного сектора (включая сектор высшего образования) на НИОКР в ВВП составила 0,19 процентов. Вместе с тем в ведущих странах ЕС объем правительственного финансирования НИОК(Т)Р составляет в среднем 0,71% от ВВП. Как видно из таблицы 2, Беларусь имеет довольно низкие показатели участия малых и средних предприятий (МСП) в инновационных процессах в сравнении как с развитыми странами, так и с республиками бывшего СССР.

Чтобы эффективно изменить механизм внедрения разработок, необходимо значительно повысить роль субъектов инновационной инфраструктуры с вовлечением в данный процесс малого инновационного предпринимательства и банковского сектора.

Таблица 2. Отдельные показатели Европейского инновационного табло (EIS-2018) по странам

	Доля МСП, участвующих в совместных инновационных проектах, в общем числе обследованных организаций, %	Доля МСП, внедряющих продуктовые или процессные инновации, в общем числе МСП, %	Доля МСП, внедряющих маркетинговые или организационные инновации, в общем числе МСП, %	Доля МСП, осуществляющих внутренние инновации, в общем числе МСП, %
Беларусь	0,5	3,0	0,73	3,55
Бельгия	28,6	48,3	45,1	39,8
Венгрия	6,2	15,1	15,2	11,7
Германия	10,1	41,6	49,1	37,9
Греция	14,8	34,6	40,1	31,4
Италия	6,7	32,7	34,6	30,5
Латвия	2,8	11,9	19,0	10,2
Литва	15,2	33,7	24,0	30,4

Составлено автором на основе [3].

Белорусские технопарки существенно уступают в своем развитии не только странам ЕС, но и России. В среднем на один отечественный технопарк приходится 11 резидентов, в России больше в 4 раза, в Европейском союзе – в 16 раз. Средний объем выручки одного технопарка в Беларуси составляет 2,4 млн долларов, а объем налоговых отчислений – 0,35 млн долларов. У российских технопарков эти показатели больше в 13 и 20 раз соответственно [5, с 6]. Не представляется возможным в дальнейшем существенно увеличить объемы финансирования науки только за счет внебюджетных источников в связи со спецификой структуры экономики республики, в которой вклад организаций частной формы собственности в ВВП составляет лишь пятую часть. Более того, необходимо учитывать, что в условиях кризисных явлений у организаций отсутствуют средства на долгосрочные вложения в научные исследования и разработки.

Подводя итог, можно сказать, что конкурентоспособность экономики страны зависит, прежде всего, от эффективности и активности инновационного процесса, то есть создание новой, наукоемкой продукции, конкурентоспособной на мировом рынке. А для этого необходимо сконцентрировать научно-технический потенциал Беларуси на прорывных научных исследованиях и разработках, обеспечить их практическое внедрение в производство.

Список литературы

1. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы: Указ Президента Респ. Беларусь от 31 января 2017 г. № 31 [Электронный ресурс] / Официальный сайт Гос. комитета по науке и технологиям Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by/deyatelnost/innovatsionnaya-politika/gpir/> – Дата доступа: 10.04.2019.
2. Кобяков, А. Инновации в Беларуси: оправдает ли наука возлагаемые надежды. Режим доступа: <https://sptnkne.ws/mhW5>– Дата доступа: 8.04.2019.
3. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск. – 2018.
4. The Global Innovation Index 2018. Energizing the World with Innovation [Electronic resource] / Cornell University, INSEAD, WIPO. – Mode of access: <http://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report>. – Date of access: 25.03.2019.
5. Шумилин, А. Фундамент будущего, скреплённый инновациями / А. Шумилин // Белорусская думка. – 2017. – № 1. – С. 4–10.

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
ПРОЕКТОВ В КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ
COMPARATIVE EVALUATION OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF PROJECTS
IN KOSTROMA REGION**

**Беркович Маргарита Израйлевна *, Антипина Надежда Игоревна **
Berkovich Margarita Izrajlevna *, Antipina Nadezhda Igorevna ****

**Костромской государственный университет, Россия, Кострома*

**Kostroma State University, Russia, Kostroma*

(e-mail: ecdepart@kstu.edu.ru)

***Агентство инвестиций и развития предпринимательства Костромской области, Россия,
Кострома*

*** The Agency of Investments and Business Development of The Kostroma Region, Russia,
Kostroma (e-mail: ni_antipina@mail.ru)*

Аннотация: Рассмотрены подходы к инвестиционной привлекательности проектов, разработан метод сравнительной оценки инвестиционной привлекательности проектов в Костромской области, учитывающая инвестиционную привлекательность муниципального образования и сферу инвестирования.

Abstract: Approaches to the investment attractiveness of projects are considered, a method of comparative evaluation of the investment attractiveness of projects in the Kostroma region is developed, taking into account the investment attractiveness of the municipality and the investment industry.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, инвестиционный проект, регион, муниципальное образование, сфера инвестирования.

Keywords: investment attractiveness, investment project, region, municipality, investment industry.

Инвестиционная привлекательность – один из важнейших критериев развития региона, довольно известный показатель, который широко описан в экономической литературе, имеется много разработок по данному направлению. Исследование инвестиционной привлекательности осуществляется на федеральном и региональном уровнях, а также на уровне отдельных субъектов хозяйствования (см. подробнее [1]).

Анализ инвестиционной привлекательности проектов (на примере Костромской области) проведен по четырем региональным инвестиционным предложениям (далее РИП¹) Костромской области:

- Создание туристической деревни «Экодеревня» (Октябрьский муниципальный район, туризм);
- Разработка и продвижение бренда «В краю Деда Мазая» (Костромской муниципальный район, туризм);
- Строительство предприятия по переработке картофеля и овощей (Костромской муниципальный район, пищевая промышленность);
- Организация производства удобрений из торфа (Костромской муниципальный район, переработка полезных ископаемых) (см. подробнее [2]).

В соответствии с тем, что инвестиционная привлекательность проектов оценивается по четырем показателям: NPV, IRR, PI, срок окупаемости, невозможно оценить, какой проект наиболее инвестиционно привлекателен, если сравнивать проекты одной отрасли и одного места реализации (муниципального образования).

¹ являются разновидностью бизнес-плана инвестиционного проекта для потенциального инвестора

В этой связи целесообразной является разработка комплексного метода сравнительной оценки инвестиционной привлекательности проекта в территориальном и отраслевом аспектах, позволяющая объединить оценку по отдельным муниципальным образованиям и видам деятельности.

Предложенный метод основан на расчете комплексной оценки по двум направлениям: сравнительная оценка инвестиционной привлекательности муниципального образования, на территории которого планируется реализация проекта, по восьми сравнительным признакам: 1) численность населения (потенциальный трудовой ресурс); 2) удаленность от Костромы; 3) удаленность от Москвы; 4) наличие наряду с региональными муниципальными налоговыми льготами для инвестора (земельный налог); 5) отраслевая специализация (широкая специализация или моногород); 6) наличие собственной сырьевой базы; 7) наличие ж/д путей, федеральных дорог на территории муниципального образования; 8) газификация муниципального образования.

Сравнительная оценка инвестиционной привлекательности вида деятельности проведена по 3 сравнительным признакам.

Максимальный итоговый балл для одного муниципального образования принят на уровне 100 баллов. Таким образом, в расчете на 1 сравнительный признак получаем средний балл составит 12,5. Поскольку признаки имеют различную значимость для потенциального инвестора, на основе экспертных оценок выделены 5 наиболее значимых признаков. Им присвоен балл со значением 14: удаленность от Москвы (рынок сбыта); наличие муниципальных налоговых льгот для инвестора (на примере земельного налога); наличие собственной сырьевой базы; наличие ж/д путей, федеральных дорог; газификация. Остальным менее значимым признакам присвоено 10 баллов.

Поскольку анализируются два муниципальных образования, то получаемый интервал (шаг) значений баллов для наиболее значимых признаков составил $14/2 = 7$, для наименее значимых признаков $10 / 2 = 5$.

Распределение муниципальных образований в рейтинге инвестиционной привлекательности представлено в таблице 1.

Таблица 1. Рейтинг инвестиционной привлекательности муниципальных образований Костромской области

Показатель	Костромской район	Октябрьский район
1. Численность населения, тыс. чел.	10	5
2. Удаленность от Костромы, км	10	5
3. Удаленность от Москвы, км	14	7
4. Наличие муниципальных налоговых льгот для инвестора (земельный налог)	0	0
5. Отраслевая специализация (моногород – 5 баллов / нет – 10 баллов)	10	10
6. Наличие собственной сырьевой базы	14	14
7. Наличие ж/д путей, федеральных дорог	14	0
8. Наличие газификации	14	0
Итого баллов	86	41
Итоговое место в рейтинге	1	2

Из таблицы 1 видно, что несмотря на выгодное территориальное положение Костромской области по отношению к магистральным газопроводам РФ («Починки-Ярославль», «Починки-Грязовец», «Грязовец-кольцевой газопровод Московской области»), в Октябрьском районе природный газ не подведен [3].

В целях сравнительной оценки инвестиционной привлекательности проектов в Костромской области в зависимости от вида деятельности выделены три сравнительных признака, связанных с отраслевой спецификой проекта:

- ставка дисконтирования, характеризующая отраслевые риски отрасли инвестирования (по материалам Агентства инвестиций и развития предпринимательства Костромской области);

- страховые тарифы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Данный тариф различен для разных видов деятельности в зависимости от класса профессионального риска [4], [5].

- наличие / отсутствие льготной ставки НДС (гл. 21 ст. 164 НК РФ).

На один сравнительный признак, таким образом, приходится 33,33 балла ($100/3 = 33,33$ балла).

С учетом того, что признаки имеют различную значимость для инвестора при принятии решения об инвестировании, принимается ставка дисконтирования как приоритетный признак – и оценивается максимально - 60 баллов. В расчете на 4 РИП шаг составит 15. Что касается тарифа на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний и наличия льготной ставки НДС, то они принимаются на уровне по 20 баллов, что в расчете на 4 РИП соответствует шагу, равному 5.

На основании предложенного метода составлен рейтинг инвестиционной привлекательности видов деятельности Костромской области (таблица 2). Место в рейтинге определено путем суммирования баллов по трем сравнительным характеристикам.

Таблица 2. Рейтинг инвестиционной привлекательности видов деятельности Костромской области

Наименование РИП	Ставка дисконтирования / баллов	Тариф соц. страх (несчастные случаи на производстве) / баллов	Льготная ставка НДС / баллов	Всего баллов / место в рейтинге
1. Разработка и продвижение бренда «В краю Деда Мазая» (туризм) Костромской район	23% / 30 баллов	0,2% / 17,5 баллов ((20+15)/2)	0	47,5 баллов / 3 место
2. Создание туристической деревни «Экодеревня» Октябрьский район	21,5% / 60 баллов	0,2% / 17,5 баллов	0	77,5 баллов / 1 место
3. Строительство предприятия по переработке картофеля и овощей (Костромской район)	23,5% / 15 баллов	0,4% / 10 баллов	0	25 баллов / 4 место
4. Организация производства удобрений из торфа (Костромской район)	22,3% / 45 баллов	0,7% / 5 баллов	0	50 баллов / 2 место

Из таблицы 2 видно, что лидером рейтинга стало РИП по Созданию туристической деревни «Экодеревня», принадлежащее к сфере туризма.

На основе суммирования баллов инвестиционной привлекательности муниципальных образований и инвестиционной привлекательности видов деятельности составлен общий рейтинг РИП по уровню их инвестиционной привлекательности в Костромской области (таблица 3).

Из таблицы 3 видно, что, согласно предложенному методу, наибольшей инвестиционной привлекательностью обладает региональное инвестиционное предложение по разработке и продвижению бренда «В краю Деда Мазая» (туризм), планируемое к реализации в Костромском муниципальном районе.

Таблица 3. Интегрированная сравнительная оценка инвестиционной привлекательности проектов в Костромской области

Наименование РИП	Инвестиционная привлекательность			Итоговое место в рейтинге
	муниципального образования, баллов	отрасли, баллов	проекта, баллов	
1. Разработка и продвижение бренда «В краю Деда Мазая» (туризм) Костромской район	86	47,5	133,5	1 место
2. Создание туристической деревни «Экодеревня» Октябрьский район	41	77,5	118,5	2 место
3. Строительство предприятия по переработке картофеля и овощей (Костромской район)	86	25	111	3 место
4. Организация производства удобрений из торфа (Костромской район)	41	50	91	4 место

Если сравнивать РИП, планируемые к реализации в одном муниципальном районе, на примере Костромского района, то здесь наиболее инвестиционно привлекательным оказывается проект по разработке и продвижению бренда «В краю Деда Мазая». А с точки зрения отраслевой специфики, наиболее инвестиционно привлекательным явилось РИП по созданию туристической деревни «Экодеревня», чем проект по разработке и продвижению бренда «В краю Деда Мазая».

Таким образом, данный метод позволяет с известной степенью условности количественно оценить инвестиционную привлекательность муниципальных образований Костромской области, учитывающую специфику вида деятельности предполагаемого к реализации проекта. Предложенный метод оценки может быть применим для всей совокупности региональных инвестиционных предложений, что может быть интересно, прежде всего, региональным органам власти для определения перспективных для региона направлений инвестирования. Наряду с этим важно выявить и слабые стороны отдельных видов деятельности и муниципальных образований области – как направление создания более благоприятных условий для осуществления инвестиционной деятельности.

Список литературы

1. Беркович М.И. Организационно-экономическое обеспечение процесса реализации инвестиционных проектов в регионе (на примере Костромской области) / М.И. Беркович, Н.И. Антипина // Монография, Кострома, Изд-во КГТУ. – 2012. - 99 с.
2. Инвестиционный портал Костромской области [Электронный ресурс]. URL: <http://investkostroma.ru/invest/predlozheniya> (дата обращения: 04.04.2019).
3. Постановление администрации Костромской области от 26.03.2014 № 87-а «Об утверждении государственной программы Костромской области «Развитие жилищно-коммунального хозяйства и обеспечение качественными жилищно-коммунальными услугами граждан в Костромской области» (в послед. ред. от 12.11.2018 N 455-а).
4. Федеральный закон Российской Федерации от 22 декабря 2005 года N 179-ФЗ «О страховых тарифах на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний на 2006 год» (с изм. от 25.12.2018).
5. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 30 декабря 2016 года № 851-н «Об утверждении Классификации видов экономической деятельности по классам профессионального риска».

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРАМЕТРОВ РОСТА И ПАДЕНИЯ ЦЕНЫ АКЦИИ В
БИНОМИАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ПРЕМИИ ОПЦИОНА
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛЕММЫ ИТО
DETERMINATION OF PARAMERTERS OF MOVING UP AND DOWN OF THE PRICE
OF A SHARE IN THE BINOMIAL OPTION PRICING MODEL USING THE ITO
LEMMA**

**Буренин Алексей Николаевич
Burenin Alexey Nikolaevich**

*Московский государственный институт (университет) международных отношений МИД
России, Россия, Москва
Moscow State Institute (University) for International Relations, Russia, Moscow
(e-mail: anburenin@mail.ru)*

Аннотация: В статье дается подход к определению параметров роста и падения цены акции в биномиальной модели оценки премии опциона Дж.Кокса, С.Росса и М.Рубинштейна на основе модели геометрического броуновского движения с помощью леммы Ито.

Abstract: The article provides an approach to determining the parameters of going up and down of a stock in the binomial option pricing model of J. COX, S. Ross and M. Rubinstein based on the geometric Brownian motion model using the Ito lemma.

Ключевые слова: лемма Ито; риск-нейтральная оценка; геометрическое броуновское движение; биномиальная модель, теорема Гирсанова.

Keywords: lemma Ito, risk-neutral valuation, geometric Brownian motion, binomial model, Girsanov theorem.

Биномиальные модели используются для оценки премии американских опционов, когда невозможно определить аналитическую формулу их цены. Биномиальная модель – это модель, в которой период действия опционного контракта разбивается на определенное число подпериодов, в каждом из которых курс базисного актива может пойти или вверх или вниз с определенной вероятностью. Существует не менее одиннадцати различных версий биномиальной модели [2, р. 38], но наиболее известной и цитируемой является вариант модели, предложенный Дж.Коксом С.Россом и М.Рубинштейном. В статье "Option Pricing: A Simplified Approach," Дж.Кокс, С.Росс и М.Рубинштейн рассматривают биномиальную модель оценки премии опциона на акции [3]. Неизвестными параметрами модели, которые необходимо определить, выступают: темпы роста и падения цены акции на каждом временном отрезке и вероятности данных событий.

На каждом шаге курс акции растет с темпом прироста $u - 1$ и вероятностью q . Поэтому темп роста курса акции равен u , так как он определяется как единица плюс темп прироста. Доходность акции в случае падения цены составляет $d - 1$. Аналогично темп падения равен параметру d . Если обозначить курс акции через S , то биномиальный процесс ее динамики на первом шаге можно представить как:

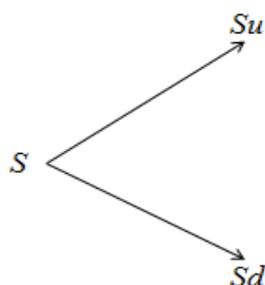


Рис.1. Биномиальная однопериодная модель цены акции

Дж.Кокс, С.Росс и М.Рубинштейн определяют параметры u и d на основе ожидаемой доходности и дисперсии, которые характеризуют динамику доходности акции в реальном мире. Они выбирают данные параметры так, чтобы они соответствовали условию [3, p. 249]:

$$\begin{aligned} [q \ln(u/d + \ln d)]n &\rightarrow \mu t \\ q(1-q)[\ln(u/d)]^2 n &\rightarrow \sigma^2 t \end{aligned} \quad \text{по мере того как } n \rightarrow \infty$$

Таким образом, они решают систему уравнений:

$$\begin{aligned} [q \ln(u/d + \ln d)] &= \mu(t/n) \\ q(1-q)[\ln(u/d)]^2 &= \sigma^2(t/n) \end{aligned} \quad (1)$$

где t – период действия опционного контракта;

n – количество периодов, на которые разбивается фиксированный интервал времени t ;

μ и σ – фактические ожидаемая доходность и стандартное отклонение доходности акции;

q – вероятность роста цены акции.

Данная система содержит два уравнения и три неизвестных параметра, а именно u , d и q . Поэтому в модели накладывается следующее условие: $ud = 1$. Оно говорит о том, что темп роста и падения соотносятся как $d = 1/u$. Данное допущение становится все более верным при делении времени действия опционного контракта на все более малые подпериоды.

Решая систему уравнений (1), Дж.Кокс, С.Росс и М.Рубинштейн получают ответы:

$$u = e^{\sigma\sqrt{t/n}}, \quad d = e^{-\sigma\sqrt{t/n}} \text{ и } q = \frac{1}{2} + \frac{1}{2} \frac{\mu}{\sigma} \sqrt{t/n}.$$

Следует подчеркнуть один интересный момент. Поскольку в уравнениях используются фактические значения ожидаемой доходности и дисперсии акции, то полученная вероятность q также соответствует фактической вероятности роста курса акции. Однако известно, что оценка стоимости производных инструментов осуществляется в риск-нейтральной основе. В риск-нейтральном мире в качестве вероятностей роста и падения курса акции используются не фактические, а риск-нейтральные вероятности. Аналогично в качестве ожидаемой доходности акции выступает не ее фактическая доходность, а доходность равная ставке без риска. Поэтому, как отмечает Don M. Chance, для оценки премии опциона в рамках риск-нейтрального подхода параметры μ и q не нужны. В результате, чтобы гарантировать условие безарбитражности модели, авторы отбрасывают решение для q и используют в модели риск-нейтральную вероятность. Одновременно они сохраняют формулы для параметров u и d . Don M. Chance также подчеркивает, что технически формулы для u и d не верны для конечного числа подпериодов n , однако решение для u и d является верным в пределе [2, p. 42], т.е. при $n \rightarrow \infty$.

Решение для u и d можно получить, не решая систему уравнений (1), если воспользоваться леммой Ито. Кроме того такой подход позволит объяснить отмеченный выше парадокс, когда используя технически неверные параметры, авторы модели тем не менее получили верный ответ для предельного случая.

В биномиальной модели динамика доходности акции следует геометрическому броуновскому движению, а именно следующему стохастическому дифференциальному уравнению (СДУ):

$$dS_t = \mu S_t dt + \sigma S_t dW_t, \quad (2)$$

где μ – мгновенная ожидаемая доходность акции;

σ – мгновенное стандартное отклонение доходности акции;

W – случайная величина, следующая процессу Винера;

dt – бесконечно малый интервал времени.

Как известно, оценка премии опциона осуществляется не в реальном, а в риск-нейтральном мире. Чтобы перейти от фактического мира к риск-нейтральному, необходимо изменить вероятностную меру, сохранив дисперсию процесса неизменной. Для этого служит теорема Гирсанова. Она говорит о том, что броуновское движение с мерой P и броуновское движение с мерой Q связаны следующим образом: $dW_t^Q = dW_t^P - \gamma dt$, где γ – тренд

обобщенного броуновского движения. Отсюда: $dW_t^P = dW_t^Q + \gamma dt$. Подставим в СДУ (2) значение $dW_t^Q + \gamma dt$ вместо dW_t^P :

$$dS_t = \mu S_t dt + \sigma S_t (dW_t^Q + \gamma dt)$$

или

$$dS_t = (\mu + \sigma\gamma) S_t dt + \sigma S_t dW_t^Q$$

Теперь случайная ошибка в СДУ моделируется броуновским движением W_t^Q для меры Q . Для этой меры тренд стал равен: $\mu + \sigma\gamma$. Поскольку оценка премии опциона осуществляется в риск-нейтральном мире, то наша задача заключается в том, чтобы сделать его равным ставке без риска. Для этого приравняем тренд к ставке без риска (r):

$$\mu + \sigma\gamma = r$$

Отсюда получим:

$$\gamma = -\frac{\mu - r}{\sigma}$$

Если определить параметр γ указанным образом, то тренд в СДУ будет равен ставке без риска. Соответственно СДУ (2) примет вид:

$$dS_t = r S_t dt + \sigma S_t dW_t \quad (3)$$

Таким образом, мы перешли к СДУ, которому следует цена акции в риск-нейтральном мире. При этом дисперсия процесса осталась неизменной.

Рассмотрим последнее уравнение (3). Оно состоит из детерминированного слагаемого $r S_t dt$ и стохастического слагаемого $\sigma S_t dW_t$. Первое определяет тренд в движении цены акции, второе показывает, как фактические значения цены акции разбросаны вокруг линии тренда в каждый конкретный момент времени. Характерной чертой тренда является то, что он становится различимым только на относительно больших интервалах времени. За короткие промежутки времени динамика цены акции главным образом определяется ее волатильностью, т.е. вторым слагаемым. Биномиальная модель предполагает деление периода действия опционного контракта на большое количество подпериодов. В идеальном случае временной интервал должен стремиться к нулю $dt \rightarrow 0$.

В уравнениях (2) и (3) W_t – это процесс Винера, который определяется как $W_t = \varepsilon \sqrt{dt}$, где ε – реализация нормально распределенной стандартной случайной величины. С учетом данного замечания перепишем уравнение (3):

$$dS_t = r S_t dt + \sigma S_t \varepsilon \sqrt{dt}$$

Тогда при $dt \rightarrow 0$ слагаемое $r S_t dt$ будет стремиться к нулю быстрее чем $\sigma S_t dW_t$. Поэтому, допустим некоторую вольность в нашем доказательстве² и для бесконечно малых промежутков времени опустим первое слагаемое как слагаемое более высокого порядка и запишем:

$$dS_t = \sigma S_t dW_t \quad (4)$$

Решим уравнение (4). Для этого воспользуемся леммой Ито. Пусть $G_t = \ln S_t$. Запишем лемму Ито. Для простоты записи опустим индексы времени у слагаемых:

$$dG = \frac{\partial G}{\partial S} dS + \frac{\partial G}{\partial t} dt + \frac{1}{2} \frac{\partial^2 G}{\partial S^2} dS^2$$

Производные G по S и t равны: $\frac{\partial G}{\partial S} = \frac{1}{S}$, $\frac{\partial^2 G}{\partial S^2} = -\frac{1}{S^2}$, $\frac{\partial G}{\partial t} = 0$

Подставим производные и выражение для dS в лемму Ито:

² Вольность в данном случае состоит в том, что согласно общим правилам в стохастических вычислениях бесконечно малыми являются слагаемые порядка $(dt)^2$, а не dt .

$$d \ln S_t = \frac{1}{S_t} \sigma S_t dW_t - \frac{1}{2S_t^2} \sigma^2 S_t^2 dt$$

или

$$d \ln S_t = \sigma dW_t - \frac{1}{2} \sigma^2 dt$$

$$\int_0^t d \ln S_k = \int_0^t \sigma dW_k - \int_0^t \frac{1}{2} \sigma^2 dk$$

$$\ln S_k \Big|_0^t = \sigma W_k \Big|_0^t - \frac{1}{2} \sigma^2 k \Big|_0^t$$

$$\ln S_t - \ln S_0 = \sigma W_t - \frac{1}{2} \sigma^2 t,$$

т.к. по определению $W_0 = 0$.

$$\ln S_t = \ln S_0 + \sigma W_t - \frac{1}{2} \sigma^2 t$$

$$S_t = S_0 e^{\sigma W_t - \frac{1}{2} \sigma^2 t} \quad \text{или} \quad \frac{S_t}{S_0} = e^{\sigma W_t - \frac{1}{2} \sigma^2 t}$$

Вновь допустим некоторую вольность в нашем доказательстве в том смысле, что на бесконечно малых интервалах времени параметр $\frac{1}{2} \sigma^2 t$ в числителе экспоненты будет исчезать быстрее, чем $\sigma \sqrt{t}$. Поэтому для таких условий опустим второе слагаемое и получим: $\frac{S_t}{S_0} = e^{\sigma W_t}$.

Обозначим темп роста доходности акции в биномиальной модели через R . Он определяется как $R = \frac{S_t}{S_0}$. Поэтому $R = e^{\sigma W_t}$. Учитывая, что $W_t = \varepsilon \sqrt{dt}$, получим: $R = e^{\sigma \varepsilon \sqrt{t}}$.

Мы рассматриваем биномиальный процесс, когда курс акции может пойти только или вверх или вниз. Соответственно в последней формуле ε может принимать только два значения: +1, если курс акции вырос, или -1, если он упал. Подставив значение $\varepsilon = +1$ в формулу получим параметр $u = e^{\sigma \sqrt{t}}$. При подстановке значения $\varepsilon = -1$ получим параметр $d = e^{-\sigma \sqrt{t}}$.

Данный результат есть не что иное как параметры u и d в модели Дж.Кокса, С.Росса и М.Рубинштейна.

Сравним уравнения (2) и (3). Они отличаются только первым слагаемым. Поэтому, если мы возьмем уравнение (2) с фактической ожидаемой доходностью и устремим $dt \rightarrow 0$, то, следуя уже проделанным шагам, мы вновь получим результат $u = e^{\sigma \sqrt{t}}$ и $d = e^{-\sigma \sqrt{t}}$, т.к. за бесконечно короткий период времени тренд практически не играет никакой роли в динамике цены акции. Поэтому не удивительно, что Дж.Кокс, С.Росс и М.Рубинштейн в пределе получили верное решение при технически не верном подходе к параметрам модели.

Автор выражает признательность Артамонову Н.В., к.физ.-мат. наук, заведующему кафедрой Математики, эконометрики и информационных технологий МГИМО(У) МИД России за полезные советы и уточнения при написании статьи.

Список литературы

1. Буренин А.Н. Форвардные, фьючерсные и опционные рынки. М.: НТО им. акад. С.И.Вавилова, 2015. 420 с.
2. Don M. Chance. A Synthesis of Binomial Option Pricing Models for Lognormally Distributed Assets// Journal of applied finance. Spring/Summer 2008. P.38 – 56.
3. John C. Cox, Stephen A. Ross, M. Rubinstein. Option Pricing: A Simplified Approach// Journal of Financial Economics. №3, September 1979. P. 229-263.

**ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И
ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
INNOVATIONS IN THE SPHERE OF FOREIGN TRADE ACTIVITIES UNDER
CUSTOMS REGULATION**

**Вансевич Елена Игоревна
Vankevich Elena Igorevna**

*Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University, Minsk, the Republic of Belarus
(e-mail: elena---007@mail.ru)*

Аннотация: работа посвящена актуальным вопросам внедрения инноваций таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности в процессе становления и развития ЕАЭС. В частности, рассмотрено практическое применение концепции «Единого окна» в странах-членах ЕАЭС, а также внедрение информационных технологий.

Abstract: Study is devoted to up-to-date questions of innovative practice within the framework of customs regulation of foreign trade activities during the Eurasian Economic Union modernization process. In particular, the author describes examples of the Single Window Concept practical usage in the states of the Eurasian Economic Union. Usage of informational technologies in the sphere of foreign trade activities is also analyzed.

Ключевые слова: инновации, таможенное регулирование, внешнеэкономическая деятельность, концепция «Единое окно».

Keywords: innovations, foreign trade activities, the Single Window Concept, customs regulation.

В настоящее время в условиях глобализации мировой экономики, а также ускорения совершения внешнеэкономических операций, в том числе ускорения информационного обмена данными, появилась необходимость модернизации производства, модернизации инструментов государственного управления и государственного регулирования внешнеэкономической деятельности с использованием особых мер защиты внутреннего рынка и информационных технологий [1].

В соответствии с Рекомендацией ЕЭК ООН № 33, под «Единым окном» понимается механизм, позволяющий сторонам торговых и транспортных операций представлять стандартизованную информацию и документы с использованием единого пропускного канала в целях выполнения регулирующих требований, касающихся ввоза, вывоза и транзита. Цель режима «Единого окна» заключается в ускорении и упрощении потоков информации между торговыми предприятиями и государственными органами, что даст ощутимый выигрыш всем участникам трансграничной торговли [2].

Подразумевается, что управление концепцией «Единого окна» и формирование нормативной правовой базы на национальном уровне в государстве-члене Евразийского экономического союза (далее - ЕАЭС) должно быть возложено на единый государственный орган, который осуществляет информационный обмен, а также руководит комплексными механизмами контроля. В качестве примера такой реализации можно привести внедрение понятия «центрального таможенного органа» в каждой стране-члене ЕАЭС [3].

Основными мерами, под которыми понимается упрощение и инновации в контексте изучаемого предмета и которые рекомендуются ко внедрению Таможенной конвенцией о международной перевозке грузов с применением книжки МДП, выступают следующие:

- Гармонизация единых таможенных требований к перевозке товаров под таможенной процедурой таможенного транзита с применением книжки МДП;
- Стандартизация и унификация требований иных государственных органов, а также унификация национального и наднационального законодательства в части перевозки товаров с использованием книжки МДП;
- Осуществление информационного обмена данными между таможенными и другими государственными органами разных стран при реализации концепции «Единого окна»;
- Обмен данными в режиме реального времени, в том числе с использованием технологии web-сервисов.

Внедрение концепции Единого окна позволит не только модернизировать сферу внешнеэкономической деятельности, но и получить прибыль. К примеру, в 2014 г. благодаря реализации мер при внедрении концепции «Единое окно» дополнительный объем поступлений в государственный бюджет Российской Федерации составил около 18 млн. долларов, в то время как общий положительный эффект от мер по упрощению и ускорению совершения внешнеторговых операций при осуществлении внешнеэкономической деятельности был оценен почти в 3,47 млрд. долларов [4].

В мировом масштабе наиболее оптимальными считаются следующие модели реализации концепции «Единого окна»: Сингапурская, Шведская, Американская модели [5].

Касательно стран-участниц ЕАЭС, необходимо отметить, что внедрение концепции «Единое окно» также стало необходимой задачей на ближайшие годы. В частности, в рамках Государственной программы информатизации Республики Беларусь на 2002-2020 гг. «Электронная Беларусь» и «Электронная таможня» реализован ряд проектов, направленных на предоставление электронных услуг, отдельных функций электронного Правительства, систем, обеспечивающих процедуры электронного бизнеса [6].

«Единое окно», являясь информационным центром в качестве информационного продукта, могло бы предоставлять правительствам ЕАЭС информацию, необходимую для обработки транзакций, предоставляя участникам ВЭД возможность осуществления таможенных платежей и получение сертификатов до прибытия товара в пункт таможенного оформления [7].

Одними из используемых инструментов в рамках концепции «Единое окно» в Республике Беларусь являются принцип «одной остановки» и принцип «двух служб на границе». Например, принцип «две службы на границе», согласно которому пограничные войска осуществляют паспортный и фитосанитарный контроль, а в ведении таможенных органов находятся такие виды контроля на границе, как: таможенный, ветеринарный, радиационный, валютный и другие.

В Российской Федерации используемый принцип «Одного окна» позволил сократить очереди транспортных средств на границе. Удалось достигнуть следующих результатов:

- Унификация действий государственных органов при реагировании на изменение в нормативных правовых актах;
- Сокращение временных издержек при использовании результатов информационного обмена со смежными государственными органами и государственными органами стран-участниц ЕАЭС;
- Снижение нагрузки на сотрудников таможенных органов при использовании бумажного документооборота и переход на электронный документооборот.
- Организация однократного ввода и многократного использования введенной информации, а также исключение дублирования информации при осуществлении межведомственного взаимодействия [8, pp. 233–235.].

Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 28 апреля 2014 года № 23 одобрены «Основные направления развития механизма «Единое окно» в системе регулирования внешнеэкономической деятельности. Основные направления разработаны с целью построения эффективной системы регулирования, координации и контроля внешнеэкономической деятельности, в том числе посредством применения механизма

«Единое окно». Дополнительным шагом в будущее станет реализация автоматического выпуска товаров для таможенной процедуры выпуска для внутреннего потребления (а впоследствии - и для остальных таможенных процедур), а также реализуемая в настоящее время в Республике Беларусь система мгновенных платежей, которая позволит осуществлять таможенное оформление сразу же после направления платежного поручения в банковское учреждение.

Взаимодействие в режиме реального времени между государственными органами, сотрудничающими и осуществлении таможенного контроля в рамках направления и ответов на запросы, а также формирование единых стандартов формирования таких запросов позволит сократить временные и трудовые издержки государственных служащих при исполнении своих должностных обязанностей.

Разработка и внедрение единого программного комплекса для осуществления таможенного оформления товаров позволит унифицировать информационную составляющую, в том числе в целях составления таможенной статистической отчетности.

В заключение необходимо отметить, что реализация концепции «Единое окно» позволяет создать эффективную систему регулирования внешнеэкономической деятельности, в том числе таможенного регулирования, улучшить условия ведения предпринимательской деятельности в государствах-членах ЕАЭС и, как следствие, занять более высокие позиции в международных рейтингах. Поэтому реализация концепции «Единое окно» во всех государствах-членах ЕАЭС и информационный обмен в режиме «онлайн» информацией между странами-участницами ЕАЭС позволит ускорить таможенное оформление товаров, и, соответственно, значительно сократить временные издержки как для государственных органов, так и для субъектов хозяйствования.

Список литературы

1. Решение Комиссии таможенного союза от 27 ноября 2009г. № 19: «О едином нетарифном регулировании таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации» // Консультант Плюс: Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2006
2. Рекомендация и руководящие принципы по созданию механизма «единого окна» ЕЭК ООН, 2005 г., № 33 // Консультант Плюс: Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2006
3. Рекомендация и руководящие принципы по созданию механизма «единого окна» ЕЭК ООН, 2005 г., № 35 // Консультант Плюс: Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2006
4. Государственный Таможенный комитет сообщает: Таможенный союз в условиях ЕЭП. Новое в международной интеграции [Электронный ресурс] / Государственный Таможенный комитет. – 2006. – Режим доступа: http://gtk.gov.by/ru/press-center/news/tamozhennyj-sojuz-v-uslovijax-edinogo-ekonomicheskogo-prostranstva-novoe-v-mezhdunarodnoj-integratsii_i_4907.html. – Дата доступа: 11.05.2016
5. Рабочий сайт внедрения «Концепции Единого окна»: о концепции [Электронный ресурс] / Рабочий сайт внедрения «Концепции Единого окна». – 2008. – Режим доступа: <http://singlewindow.org/about>. – Дата доступа: 24.03.2016
6. Решение Комиссии Таможенного союза от 11.08.2011 № 771 «О Техническом задании на создание Интегрированной информационной системы внешней и взаимной торговли Таможенного союза» // Консультант Плюс: Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2006
7. Логистический портал: «Единое окно» как фактор ускоренной интеграции внутри Таможенного союза [Электронный ресурс] / Логистический портал. – 2010. – Режим доступа: <http://www.logists.by/library/view/edynoe-okno-kak-factor-yskorennoj-integracii-vnytri-tamozhennogo-soyza>. – Дата доступа: 04.03.2016
8. Popova, D. Condition of model "Single Window" in the Customs union / D. Popova // Сб. науч. тр. / Санкт-Петербургский имени В.Б. Бобкова филиал Российской таможенной академии. – СПб, 2013. – Вып. 67. – pp. 233–235.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ
СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
IMPROVING THE SYSTEM OF MONITORING THE PAYMENT OF THE INSURANCE
ORGANIZATIONS**

**Верезубова Татьяна Анатольевна
Verezubova Tatsiana Anatolievna**

*Белорусский государственный экономический университет – БГЭУ,
Республика Беларусь, Минск
Belarusian State economic University - BSEU, Belarus, Minsk
(e-mail: verezubova@mail.ru)*

Аннотация: Рассмотрены направления совершенствования системы контроля платежеспособности страховых организаций на основе применяемой в странах Европейского союза директивы SOLVENCY II. Определены предпосылки ее адаптации к национальным условиям деятельности белорусских страховщиков, регулирования их бухгалтерского учета и отчетности.

Abstract: The directions of improving the solvency control system of insurance organizations on the basis of the SOLVENCY II directive in the European Union are considered. The prerequisites for its adaptation to the national conditions of the Belarusian insurers' activities, regulation of their accounting and reporting are determined.

Ключевые слова: страховые организации, платежеспособность, система контроля, SOLVENCY II.

Keywords: insurance organizations, solvency, control system, SOLVENCY II.

В современном мире бурно развиваются глобализационные процессы, усложняющиеся политическими и природными потрясениями. Это приводит к возрастанию рисковности успешного функционирования субъектов на макро- и микроэкономических уровнях. Кризисные и рецессионные явления на мировом пространстве вызывают постоянные изменения внешней среды хозяйствования и резкое усиление конкуренции на международном и национальном рынках большинства стран и их предприятий. Поэтому возрастает востребованность новых способов управления деятельностью всех структурных единиц в текущем и длительном периоде.

Особую значимость приобретают возможности предвидения перемен и определения путей результативного и стабильного функционирования в ближайшей и долгосрочной перспективе страховых организаций, которые способны оказать услуги «финансовой подушки» при наступлении различных непредвиденных негативных событий в жизнедеятельности организаций и населения. Однако, функционируя в финансовой сфере, они сами подвержены влиянию различных факторов окружающей среды на свою финансово-хозяйственную деятельность. Поэтому для страховщиков регулярный анализ состояния их платежеспособности и финансовой устойчивости является основой их стабильной жизнедеятельности в долгосрочной перспективе.

В этой связи одним из важных направлений стабилизации и роста происходящих в Республике Беларусь процессов становится стратегическое управление платежеспособностью и финансовой устойчивостью субъектов страхового рынка, что обеспечивает повышение его роли в минимизации степени риска и рационализации распределения финансовых ресурсов. Платежеспособность является одним из определяющих факторов финансовой устойчивости страховой организации. Надежность и эффективность механизма страховой защиты – это способность страховщика при наступлении

неблагоприятных событий в жизни его клиентов максимально быстро и полном объеме возместить причиненный ущерб страхователю.

Реализация соответствующих задач возможна на основе изучения мировой практики функционирования систем контроля платежеспособности страховых организаций. В странах Европейского союза длительное время разрабатывалась и с 2016 г. принята к использованию Европейская директива платежеспособности SOLVENCY II [1]. Ее положения также активно внедряются в настоящее время в России и Казахстане [2–4]. В Республике Беларусь также проводится работа по адаптации данной системы контроля платежеспособности страховых организаций к условиям функционирования национальных страховщиков [5].

Проблема обеспечения гарантий платежеспособности страховых организаций может быть решена только на основе многостороннего контроля управления рисками со стороны государства, общества и самого страховщика. Европейская директива SOLVENCY II предоставляет возможности раннего диагностирования слабых сторон финансового менеджмента страховой организации на основе разработки негативных сценариев развития внешней и внутренней ситуации функционирования страховых организаций. Поэтому взяв ее за основу с учетом оценки действующей системы регулирования данных процессов в Республике Беларусь необходимым становится обоснование рациональной системы управления ими с помощью механизма стресс-тестирования ключевых финансовых потоков.

Европейская Директива платежеспособности Solvency II призвана укрепить систему финансовой безопасности европейского страхового рынка. Главное отличие Solvency II от ранее действовавшей Solvency I состоит в учете и агрегировании огромного количества всевозможных рисков, которые сопутствуют деятельности страховых компаний. Новая система надзора позволяет улучшить качество отчетности, улучшить структуру страхового и инвестиционного портфеля, оптимизировать использование капитала. Она обеспечивает своевременное принятие всех возможных мер для предупреждения банкротства страховщиков в условиях инновационной экономики и ее глобализации.

В этой связи опыт западных стран, направленный на повышение финансовой устойчивости страхового сектора, представляет определенный интерес и для Республики Беларусь. В условиях значительной открытости отечественной национальной экономики невозможно избежать тех или иных проявлений политических и экономических потрясений на мировом пространстве. Поэтому целесообразно оценить реальные возможности использования прогрессивных элементов модернизированной системы надзора за платежеспособностью страховщиков. При этом необходимо учитывать специфику белорусского пути развития и состояние финансового рынка, который характеризуется следующими основными чертами:

- низкой финансиализацией экономики в виду недостаточного развития первичного рынка ценных бумаг и почти полного отсутствия вторичного рынка. Такая ситуация снижает возможности оптимизации портфеля инвестиций страховщиков. Они вкладывают временно свободные средства страховых резервов в основном в депозиты банков и только в последнее время в государственные ценные бумаги;

- нерациональной структурой страхового сектора, в котором страхование жизни занимает незначительный удельный вес (9,5 %), в то время, когда в развитых странах его доля превышает 50 % (Польша 58 %, Великобритания 65,7 %, Ирландия 65,5 %, Швеция 75,9 %, Финляндия 80,3 %);

- степенью монополизации государством страхового сектора: в рисковом страховании - 60 % (Белгосстрах и Белэксимгарант), в страховании жизни – 75 % (Стравита), в перестраховании 100 % (БНПО) и др.

Директивой Solvency II Евросоюз создал современную, чувствительную к рискам основу регулирования страхования, имеющую значительное влияние на развитие страхового рынка в Европе. Новые условия регулирования платежеспособности страховых организаций поддержаны европейским страховым сообществом, в частности СЕА (Европейский комитет страховщиков) и Форум исполнительных риск-менеджеров (CRO), поскольку они позволили

устранить многие недостатки прежней системы контроля платежеспособности и страховщиков. Используемая ранее модель Solvency I учитывала лишь страховой риск при определении требований к капиталу страховщика. Другие риски, такие как рыночный и кредитный, не учитывались. Кроме того, режим Solvency I имел определенные ограничения относительно учета перестрахования для снижения требований к капиталу.

Режим Solvency I не учитывал то, что компании могут пострадать вследствие риска естественных катастроф или рыночного риска. Эти риски были учтены стандартом Solvency II, что, в свою очередь, привело к значительному увеличению требований к платежеспособности капитала (SCR). С другой стороны, хорошо диверсифицированный портфель активов и пассивов вызывает эффект диверсификации, который приводит к снижению SCR.

Стандартная формула разработана таким образом, чтобы ее можно было применить для всех страховщиков и перестраховщиков, а регулятор мог бы использовать эту формулу как точку отсчета для внутренних моделей во время сертификации. Кроме того, регуляторы требуют от страховых организаций при применении утвержденной внутренней модели также использовать стандартную формулу (не обязательно лишь во время начальной фазы на протяжении 2-х лет после внедрения режима Solvency II, как было предложено Комиссией ЕС в проекте директивы).

Переход на Solvency II являлся переходом к экономической, построенной на риске модели регулирования: этот проект не только имел целью усовершенствование техники риск-менеджмента страховщиков, он также должен был создать условия, которые бы более точно отображали риски, которым подвержены страховщики. Solvency II имеет существенное влияние на стоимостные показатели отрасли, в частности на требования к капиталу.

Solvency II была принята Европейским советом и Парламентом в ноябре 2009 г. В 2013 г. Европейским советом была принята Директива, откладывающая вступление в действие Solvency II на 2016 г., так как стало очевидно, что для страховых компаний требуется дополнительное время для приведения своей деятельности в соответствие с новыми требованиями. К 2016 г. требования Solvency II были имплементированы всеми странами ЕС, включая Великобританию.

В общих чертах требования Solvency II основаны на идее о том, что риск допустим в тех случаях, когда есть достаточный капитал, необходимый для его покрытия. Определение этого минимально необходимого капитала зависит от предполагаемого риска и времени. Учет и прогноз предполагаемых рисков особенно важен для долгосрочных обязательств, таких как страхование жизни или пенсионное страхование. Solvency II закрепляет новые принципы оценки риска, требования к уставному капиталу и управлению рисками. По сравнению с первоначальной Директивой от 1973 г. объем регулирования Solvency II существенно расширен.

Существующая система расчета резерва платежеспособности в Республике Беларусь включает в себя все основные положения прежней Европейской системы Solvency I, которая, как уже отмечалось, имеет ряд недостатков, в т.ч. гиперболизирующихся в условиях развития национальной экономики Беларуси.

Во-первых, при расчете предела платежеспособности не принимаются во внимание ряд факторов:

- размер страховой компании;
- эффективность управления (контроль расходов и возмещений, андеррайтинг);
- риск превышения неоплаченных возмещений над резервами и, как следствие, возможность потери инвестиций, когда потребуются наличные средства;
- негативное влияние инфляции.

Во-вторых, – статистическая оценка платежеспособности посредством анализа основных балансовых данных имеет недостатки, поскольку отражает картину прошлого.

В-третьих, все статьи баланса подвержены случайным и систематическим колебаниям, которые должны учитываться при оценке платежеспособности, т.е. помимо движения

наличности должны учитываться также изменения в стоимости активов.

В-четвертых, слишком низкие ставки сокращают объем премии и увеличивают коэффициент платежеспособности, даже если изменений в подверженности риску не произошло, т.е. не учитывается степень подверженности изменениям убыточность страховой суммы.

В-пятых, резерв платежеспособности формируется без учета типов (классов, видов) страхования, особенно у страховщиков, проводящих страхование ответственности.

В-шестых, не учитываются инвестиционные риски.

И в-седьмых, данная методика оценки платежеспособности рассчитана на то, что компания будет продолжать работать в том же режиме или даже лучше, а возможность сокращения объемов деятельности или ее срочной ликвидации не учитывается.

В рамках подготовки к внедрению принципов новой системы контроля платежеспособности страховых организаций в Республике Беларусь необходимо создать предпосылки, которые могут позволить сделать этот переход плавным и максимально облегченным для страховых организаций. К ним целесообразно отнести:

1) Внедрение международных стандартов финансовой отчетности. Применение принципов МСФО позволило бы создать единообразное понимание основных показателей, отражающих финансовое положение страховщиков;

2) унификацию требований к статистической отчетности и отчетности в целях надзора за платежеспособностью страховых организаций;

3) разработку целевой технологии сбора и обработки отчетности страховых организаций в периметре регулирования и надзора;

4) внедрение международного языка деловой отчетности – XBRL — eXtensible Business Reporting Language;

5) развитие института актуариев.

В условиях отсутствия данных предпосылок и для более плавного перехода в новой системе контроля платежеспособности страховщиков было бы целесообразно вначале усовершенствовать действующую систему контроля платежеспособности на основе соотношения фактической и нормативной маржи платежеспособности. С этой целью предлагается следующее:

– соблюдать требования к платежеспособности в любой момент времени, а не только на дату составления баланса. В настоящее время отчет о платежеспособности составляется вместе с составлением бухгалтерской отчетности. Это приводит к тому, что появляется возможность скорректировать показатели до необходимого уровня, что делает недостоверными сведения о финансовом положении компании;

– провести детализацию видов имущества, которое включается в резерв платежеспособности;

– по наиболее рисковому виду, таким как гражданская ответственность, премии и выплаты используемых для расчета данных индексов увеличивать на 50 %;

– изменить минимальный размер гарантийного фонда по отдельным видам в соответствии с риском, принимаемым на страхование;

– необходимо учитывать маржу прошлого года, умноженную на отношение величины резерва неурегулированных убытков на конец прошлого финансового года к резерву убытков на начало финансового года (отношение не более 1);

– в целях учета инфляции необходимо ежегодное изменение значений гарантийного фонда и предельных значений премий и выплат, используемых для расчета индексов, в зависимости от изменения индекса потребительских цен [4, с. 32].

Данные изменения позволят формировать резерв платежеспособности с учетом следующих факторов: размера страховой компании, уровня инфляции, структуры страхового портфеля, принимаемого на страхование риска, а также снижающегося объема премий или вообще их отсутствие.

Кроме этого, необходимо:

– в целях реального отражения стоимости активов необходимо учитывать скидки и «обесценивать» некоторые статьи, так, например, основные фонды оценивать со скидкой, так как если возникает необходимость их срочной продажи, то скорей всего за них нельзя будет получить указанной в счете суммы;

– при расчете оценки платежеспособности необходимо учитывать размер резерва заявленных, но не урегулированных убытков. Как показывает практика, он может иметь значительный удельный вес в общем объеме обязательств, особенно по таким видам как страхование ответственности.

Таким образом, в условиях развития интеграционных и глобализационных процессов и учащающихся проявлений мирового финансового кризиса, терроризма, природных и техногенных катастроф предложенные мероприятия обеспечат более реальную оценку платежеспособности страховой организации, предупреждение потери их финансовой устойчивости, невыполнения финансовых обязательств перед страхователями и государством и угрозы банкротства.

Список литературы

1. SOLVENCY II – GENERAL INSURANCE. Institute and Faculty of Actuaries [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.actuaries.org.uk>. – Date of access: 12.02.2019
2. Ашимова А.Т. Проблемы внедрения стандарта оценки страховых рисков Solvency II в Казахстане // Банки Казахстана. 2015. № 02 (212).
3. Тапаев А.Т. Solvency II : собственная оценка риска и платежеспособности (ORSA) // Банки Казахстана. 2013. № 4 (190).
4. Ситникова А.Е. Изменения в регулировании платежеспособности страховых организаций в странах ЕС // Страховое дело. 2012. № 7. С. 32.
5. Вerezубова Т. А. Финансовая стратегия страховых организаций в условиях развития национальной экономики. – Минск : Белорус. гос. экон. ун-т, 2015. – 185 с.

УДК 658: 004.67

ТЕХНОЛОГИИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В РАБОТЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ THE FINANCIAL DEPTH AS A INDICATOR OF INVESTMENT ACTIVITY

**Генералова Анна Владимировна, Андросова Ирина Владимировна
Generalova Anna Vladimirovna, Androsova Irina Vladimirovna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(generalann@yandex.ru)*

Аннотация: рассмотрены основные направления применения больших данных в деятельности промышленных предприятий с позиции повышения эффективности их функционирования, сформулированы основные проблемы, мешающие более широкому внедрению рассматриваемых технологий обработки данных.

Abstract: the article discusses the main directions of application of big data in the activities of industrial enterprises from the standpoint of improving the efficiency of their functioning, formulated the main problems that hinder the wider implementation of the data processing technologies under consideration.

Ключевые слова: большие данные, индустрия 4.0, промышленность

Keywords: big data, the Fourth industrial revolution, industry

Цифровизация — важнейший тренд развития современной мировой экономики. Она позволяет сделать производство более гибким, конкурентоспособным и приспособленным к современным реалиям. Концепция «Индустрия 4.0» объявляет информацию важнейшим ресурсом современного общества, и с этим сложно спорить, ведь ценность информации превалирует в самых разных сферах жизни: рынок труда, политические системы, технологический уклад, человеческая идентичность и другие.

Отрасль Big Data (большие данные) не только очень популярна, но и является одной из самых быстро развивающихся областей знаний. Особенно интересен опыт применения данных технологий в промышленности. Действительно, компании постоянно сталкиваются с необходимостью мониторинга всех аспектов бизнеса: конструирование технологических процессов, сбор и структурирование клиентской базы, аккумуляция и распределение задач между персоналом. Чем больше компания, тем больше информации локализуется для анализа в руках специалистов. В условиях несовершенства информации ее обработка становится наиболее эффективным способом достижения долгосрочных стратегических целей компании, а также масштабирования бизнеса.

Под термином Большие данные понимается большой объем неоднородной и быстро поступающей цифровой информации, которые невозможно обработать традиционными инструментами [1]. Объемы общемировой информации увеличивается очень быстро, с 2003 года количество данных возросло в 8 раз, и специалистами прогнозируется десятикратное увеличение меньше чем через 10 лет [2]. Направление обработки больших данных наиболее быстро развивается в компаниях, которые уже накопили массивные структурированной и неструктурированной информации: финансовая сфера, телекоммуникации, интернет-продажи, ритейл. На рисунке 1 представлены отрасли, которые оказывают наибольшее влияние на развитие технологий анализа Big Data. В лидерах информационно-компьютерные компании, деятельность которых неразрывно связана с передовыми технологиями.

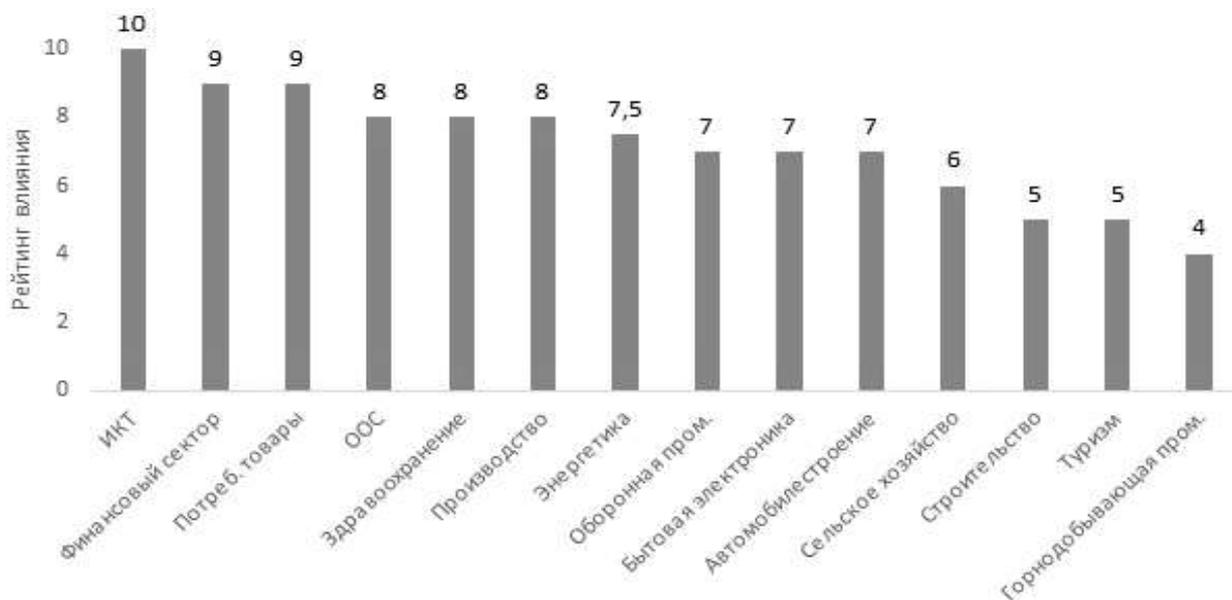


Рис. 1. Влияние различных отраслей на рынок аналитики больших данных

Однако, для промышленных предприятий использование этих технологий также представляется крайне полезным: непрерывный мониторинг выполнения технологического процесса может повысить их производительность.

На рисунке 2 представлена отраслевая структура использования больших данных. Промышленность занимает второе место по применению технологий. Это обусловлено трудоемкостью внедрения анализа на предприятиях. Таким образом, промышленность можно отнести к направлению с большим потенциалом роста.

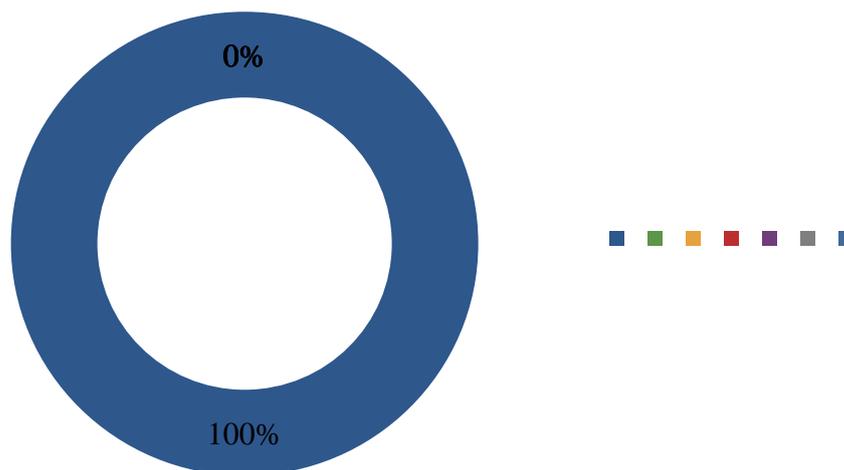


Рис. 2. Отраслевая структура рынка Big Data

Согласно существующим на данный момент предложениям на рынке Big Data можно выделить следующие основные направления расширения их использования в деятельности промышленных предприятий:

1. Маркетинг;

Аккумуляция всех данных о клиентах, их персональные данные, а также история покупок дает возможность составить представление о целевой аудитории компании, а также смоделировать возможные паттерны поведения потребителя. Иными словами, когнитивная обработка данных позволяет предсказывать будущие покупки и интересы покупателей, в отдельных случаях даже моделирует спрос на товары и услуги.

2. Анализ технологических процессов

Системный мониторинг производственного процесса - одно из наиболее перспективных направлений развития технологий больших данных. Нередко технологию называют интернетом вещей, и неслучайно - суть состоит в том, чтобы каждый элемент оборудования непрерывно оповещал о своей активности. Во-первых, это серьезно экономит затраты на ремонт оборудования, так как о любой, даже малейшей неполадке специалисты будут незамедлительно информированы. Во-вторых, затраты на проведение инвентаризации или осмотра оборудования сокращаются путем установки датчиков на все приборы. Анализ технологических процессов в скором времени позволит автоматизировать абсолютно все стадии производства.

Отдельного внимания заслуживают достижения обработки больших данных в области логистики. Технологии машинного обучения позволяют отладить любые процессы на складе, более того, у машин оптимизация маршрутов выходит в несколько раз быстрее, чем у специалистов. Несколько лет назад крупнейшая американская компания Amazon, которая занимается доставкой товаров, анонсировала создание полностью автоматизированного склада. На данный момент проект реализован, компания доставляет товары клиентам по всей стране в течение одного дня [3].

3. Взаимодействие с персоналом

Технологии больших данных в работе с персоналом открывают новые возможности оценить опыт работников, их личностные качества и в итоге снизить показатели текучести кадров. В данной сфере широко применяется многофакторный анализ, он позволяет классифицировать все данные о претендентах по десяткам категорий, выявляя совершенно неожиданные закономерности. Нередко проблема подбора вынуждает специалиста анализировать личные данные, что противоречит кодексу этики.

4. Аналитика рынка и риск-менеджмент

Наибольших успехов в применении технологий обработки больших данных можно

достичь в анализе рынка и оценке рисков. Внешняя среда компании характеризуется высокой степенью неопределенности, здесь также применимы методы многомерного анализа.

Аналитика больших данных (Big Data Analytics, BDA) становится одной из самых востребованных задач в современном бизнесе. По оценкам компании Frost & Sullivan в 2021 году общий объем мирового рынка аналитики больших данных увеличится по сравнению с показателем 2016 года более чем в 2,5 раза и составит \$67,2 млрд, при ежегодных темпах роста (CAGR) на уровне 35,9%. [4].

Основной задачей внедрения Big Data является оптимизация бизнес-процессов. Вот лишь несколько примеров успешных кейсов в промышленности. Для крупной добывающей компании General Electric Oil & Gas производственный риск, связанный с «простоями» мог стоить до 7 миллионов долларов в сутки. Компания разработала облачную платформу Predix, которая, используя алгоритмы машинного обучения, позволяла инженерам составлять расписания диагностических проверок, улучшать эффективность использования оборудования и снижать время «простоя», выявляя возможные неисправности до того, как они произойдут.

Однако, внедрение данных технологий в России связано с определенными проблемами.

- Работа по внедрению технологий занимает много времени.
- Разработка индивидуальных решений для компаний стоит дорого.
- Нехватка специалистов, умеющих обрабатывать данные.
- Отсутствие институтов и векторов развития этой области знаний.

В современном мире данные – это ценный актив, который способен принести предприятию экономическую выгоду: обеспечить прямую монетизацию и увеличить выручку. Основываясь на последних наработках Accenture, GE и IBM можно говорить о значительном влиянии аналитики больших данных на бизнес. Так, 92% руководителей были полностью удовлетворены результатами исследований и их влиянием на свой бизнес, 89% назвали аналитику очень важной составляющей в налаживании бизнес-процессов и прогнозировании.

Список литературы

1. Where have you been all my life? How the financial services industry can unlock the value in Big Data – PwC FS Viewpoint. – October. – 2013. – 34 p.
2. Федин Максим Владимирович Перспективы использования систем обработки больших данных (Big Data) в металлургической промышленности // Economics. 2015. №8 (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaniya-sistem-obrabotki-bolshih-dannyh-big-data-v-metallurgicheskoy-promyshlennosti> (дата обращения: 02.03.2019).
3. Big Data. 2 Вопроса // Газета IT-News No 16/2013 (27.11) С. 16-17
4. Гобарева Я.Л., Городецкая О.Ю., Николаенкова М.С. Bigdata: большой потенциал управления рисками // ТДР. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bigdata-bolshoy-potentsial-upravleniya-riskami> (дата обращения: 12.03.2019).
5. Большие данные (Big Data) мировой рынок // TAdviser URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_\(Big_Data\)_мировой_рынок](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_(Big_Data)_мировой_рынок) (дата обращения: 02.03.2019).

**РАЗВИТИЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ
РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ
DEVELOPMENT OF HI-TECH SECTOR OF ECONOMY IN TERMS OF IMPORT
SUBSTITUTION POLICY**

**Гораева Татьяна Юрьевна
Gorayeva Tatyana Yurievna**

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно
Yanka Kupala State University of Grodno, Belarus, Grodno
(e-mail: tatsiwork@mail.ru)*

Аннотация: Рассмотрены некоторые аспекты развития высокотехнологического сектора экономики в условиях политики импортозамещения.

Abstract: Some aspects of the development of hi-tech sector of economy in terms of import substitution policies are considered.

Ключевые слова: высокотехнологичный сектор экономики, политика импортозамещения, инновационная деятельность.

Keywords: hi-tech sector of economy, import substitution policy, innovation activity.

В современных условиях освоение высоких технологий во всех областях жизнедеятельности человека обеспечивает прогрессивные структурные сдвиги в экономической и социальной сферах, что находит свое проявление в ускорении темпов экономического роста, увеличении объемов производства и реализации высокотехнологичной продукции, финансирования высокотехнологичных проектов и, как результат, росте благосостояния населения.

В настоящее время в глобальной экономике наблюдается ужесточение конкуренции на мировых рынках товаров и услуг, что происходит в условиях ограниченности природных ресурсов, способствуя тем самым развитию высокотехнологического сектора экономики в виду меньшей зависимости высокотехнологичных производств от сырьевых и энергетических ресурсов. Именно в инновационном и высокотехнологичном бизнесе действует экономический механизм увеличения прибыльности, который основан на вытеснении конкурентов и доминировании новых продуктов на рынке за счет их уникально высоких потребительских свойств и превращения новых высокотехнологичных продуктов в стандарты.

По мнению П. Дойла, производственные отрасли во всем мире, разделились на два типа. Первый тип составляют традиционные отрасли, для которых характерны высокая трудоемкость и высокий удельный вес сырья в стоимости готовой продукции. Чаще всего проблемы данных отраслей заключаются в наличии избыточных производственных мощностей. В результате наступает перепроизводство традиционных товаров, что обеспечивает падение цен и снижение нормы возврата инвестиций. Ко второму типу относятся отрасли, основанные на знаниях и информации. Именно в эти отрасли скрывают резервы для роста экономики и максимизации прибыли.

Необходимо отметить, что отличительным признаком высокотехнологического сектора является увеличенная (по сравнению со средним уровнем отрасли (в современной статистической отчетности, вида экономической деятельности)) доля добавленной стоимости. Она обеспечивается снижением издержек производства продукции, при увеличении цены данной продукции, основанном на инновационности изделий и их более высоких конкурентных качествах, основанных на уникальности изделий, повышенной доле

вложенного интеллектуального труда [1]. Дополнительная добавленная стоимость содержит дополнительную прибыль, которая служит стимулом инвестирования и тем самым инициирует саморазвитие высокотехнологичных предприятий и производств.

Предлагаем рассматривать высокотехнологичный сектор экономики как совокупность видов экономической деятельности, а также высокотехнологичных предприятий (организаций), специализирующихся на выпуске и реализации конкурентоспособной на мировом рынке высокотехнологичной продукции с высокой долей добавленной стоимости, при производстве которой используются высокие технологии, высокотехнологичные методы, процессы и средства производства. Особенностью данного подхода является рассмотрение высокотехнологичного сектора в зависимости от уровня и целей управления на двух уровнях: видов экономической деятельности либо конкретных субъектов хозяйствования, основной целью деятельности которых является производство высокотехнологичной продукции.

Освоение новых рынков сбыта или укрепление позиций высокотехнологичного предприятия на них сопряжено с необходимостью формирования обоснованной стратегии продвижения высокотехнологичной продукции, которая должна отличаться от той, которая применяется на традиционных рынках. Это связано, прежде всего, с рядом аспектов:

- особенностями высокотехнологичной продукции как товара (новизна, уникальность, наличие специфичной целевой аудитории);
- маркетинговыми барьерами (специфика каналов сбыта, сложности продвижения высокотехнологичной продукции на рынок);
- технологическими барьерами (несовместимость модельных рядов высокотехнологичной продукции, низкий уровень квалификации персонала, отсутствие соответствующей материально-технической базы покупателя (в случае, когда на рынок выводится высокотехнологичное оборудование));
- сервисными барьерами (отсутствие послепродажного обслуживания высокотехнологичного продукта).

Одним из условий развития высокотехнологичного сектора в Российской Федерации и в Республике Беларусь является наличие высоких технологий, а также соответствующей базы для их внедрения. Таким образом, в настоящее время в условиях политики импортозамещения на государственном уровне актуализируется задача необходимости разработки мероприятий, способствующих стимулированию развития высокотехнологичного сектора экономики и создания высоких технологий.

В данном случае необходимо рассмотреть два ключевых направления развития высокотехнологичного сектора. Первое представляет собой закупку высоких технологий и оборудования за рубежом, для дальнейшего производства на их основе высокотехнологичной продукции, предназначенной как для внутреннего потребления, так и для поставок на экспорт. При поддержке данного направления государственной политики развития высокотехнологичного сектора инструментами стимулирования могут быть: таможенные льготы на ввоз оборудования, комплектующих; государственное финансирование закупки технологий и оборудования. Отметим, что большинство российских и белорусских промышленных предприятий, в том числе высокотехнологичных, предпочитают закупку готового оборудования и технологий за рубежом. Преимуществом выбора данного направления развития высокотехнологичного сектора является то, что данный путь сокращает время выхода готовой продукции на рынок и, зачастую, экономит денежные средства, т.к. сама технология может стоить на внешнем рынке дешевле, чем сумма финансовых затрат и времени на организацию исследований и разработок внутри страны, что требует наличия в стране в том числе серьезного научного потенциала [2]. Однако, недостатком данного пути в перспективе может стать увеличение зависимости как отдельного высокотехнологичного предприятия, так и определенного научного направления в стране от внешних поставщиков технологий, создать условия для сокращения количества высококвалифицированных исследователей и материально-технической базы НИОКР, в

итоге – обусловит снижение уровня технологической безопасности страны. Кроме того, следует отметить, что применение данного подхода в России является затруднительным в виду применения санкций.

Второе направление развития высокотехнологичного сектора предполагает создание высоких технологий в стране. Его реализация предполагает государственную поддержку развития науки и технологий в стране, создание специализированных целевых научных коллективов и центров, в том числе с привлечением зарубежных специалистов, а также поддержку инициатив по созданию высоких технологий на предприятиях [2]. К инструментам стимулирования науки можно отнести: государственное финансирование перспективных научных исследований и разработок в области высоких технологий; поддержку грантов, в том числе зарубежных; реализацию программ по стимулированию науки; льготное налогообложение для высокотехнологичных производств, особенно на собственной исследовательской базе; поощрение создания лабораторий и исследовательских центров на базе предприятий.

Реализация данного направления развития высокотехнологичного сектора позволит нарастить высокотехнологичную составляющую экономики. При этом созданные технологии могут внедряться в производство для увеличения отечественного производства конкурентоспособной продукции, либо являться предметом для заключения экспортных контрактов. В первом случае, при наличии необходимых производственных ресурсов, а также возможностей продвижения высокотехнологичной продукции на рынок, предприятие-изготовитель получает сверхприбыль от реализации уникального по характеристикам товара.

Однако для успешной реализации государственной политики развития высокотехнологичного сектора целесообразно обратить внимание на следующие направления государственной поддержки:

- меры, направленные на создание и совершенствование инновационной инфраструктуры, акцентированные именно на развитие и поддержку предприятий и организаций, создающих высокотехнологичную продукцию мирового уровня;
- максимальное упрощение применения налоговых льгот для субъектов хозяйствования, производящих высокотехнологичную продукцию;
- применение исследовательских кредитов, т.е. вычетов из налогов затрат на исследования и разработки.

Таким образом, в условиях политики импортозамещения возрастает роль развития высокотехнологичного сектора, который определяющие динамику экономического роста, уровень и качество производительных сил, и в итоге – технологическую безопасность государства.

Список литературы

1. Михайлова-Станюта, И. А. Технологии путь к производительности / И. А. Михайлова-Станюта // Директор. – 2014. – № 4. – С.26-28.
2. Гораева, Т. Ю. Научно-техническое сотрудничество как инструмент развития высокотехнологичного сектора Республики Беларусь / Т. Ю. Гораева // Экономика Республики Беларусь в интеграционных процессах: тенденции, проблемы и перспективы : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 апр. 2012 г. / Ин-т экономики НАН Беларуси ; науч.-ред. совет: А. Е. Дайнеко [и др.]. – Минск, 2012. – С. 462– 465.

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ
ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ
REGIONSL FEATURES OF IMPLEMENTATION OF POLICY OF IMPORT OF
REPLACEMENT**

**Гурбанов Натиг Гусейн оглы, Гушхани Рауф Насир оглы
Gurbanov Natig Huseyn, Gushany Rauf Nasir oglu**

*Азербайджанский Государственный Экономический Университет – АзГЭУ,
Азербайджан, Баку
Azerbaijan State Economic University, Azerbaijan, Baku
(e-mail: natik1952@hotmail.com)
(e-mail: rauf.kafedra@mail.ru)*

Аннотация: Рассмотрены современные особенности разработки и реализации политики импортозамещения с учётом специфических особенностей текущего состояния и перспектив развития региональной экономики на примере опыта развития экономики Азербайджанской Республики.

Abstract: Modern features of development and implementation of policy of import substitution taking into account specific features of current state and the prospects of development of regional economy on the example of experience of development of economy of the Azerbaijan Republic are considered.

Ключевые слова: региональная экономика, политика импортозамещения, глобализация.
Keywords: regional economy, policy of import substitution, globalization.

Импортозамещающая экономическая политика в Азербайджане, как и во многих других странах постсоветского пространства, новое явление и необходимо признать её роль в возрождении национальной экономики. Однако на сегодня основная её цель обычно сводится к следующему: расширение рынка сбыта продукции, услуг, передовой технологии, комплектующих изделий и оборудования производимой в материнской фирме. Для этих предприятий важную роль играет фактор рентабельности операций с участием зарубежных инвесторов, которая должна быть не меньше чем, у них на родине или в филиалах материнской фирмы в других странах. В противном случае иностранному инвестору выгодней вложить свой капитал у себя на родине даже просто в государственные облигации, имеющие среднюю норму прибыли не ниже 9.5%.

Усиление притока инвестиций в Азербайджанский рынок инноваций зависит от следующих факторов: обеспечение политической и экономической стабильности, построение экономической инфраструктуры в соответствии с требованиями рыночной экономики, создание правовой базы для привлечения иностранных инвесторов, и наконец, существование в стране информационной базы о состоянии социально-экономической ситуации в стране, процессах экономических реформ, предпринимательском климате в республике и т.д. Немаловажное значение имеет и существование огромных природных ресурсов, а также дешевой и качественной рабочей силы в стране. Обычно эти факторы для инвесторов приобретают более важное значение.

Среди множества проблем в этой области, стоящих перед республикой сегодня, особо можно выделить следующие:

- социально-экономические, вызванные уровнем жизни основной части населения;
- производственные - порожденные высоким уровнем удельных затрат буквально во всех отраслях народного хозяйства;

- научно-технические, в том числе информационные, обусловленные необходимостью форсирования процессов внедрения достижений науки и техники, формирования единого информационного пространства республики, а также развития активных сфер рыночного хозяйства.

Решение этих задач требует, в свою очередь, совершенствования системы управления импортозамещением, главной целью которой является рациональное использование инновационного и интеллектуального потенциала [3].

В соответствии с общепринятой в мировом хозяйстве концепцией нового качества экономического роста следует обеспечить развитие экономики республики одновременно по четырем основным структурным направлениям: социально-результативное, ресурсосберегающее, наукоемкое и экологозащитное, в совокупности, составляющие единую концепцию хозяйственного развития [7]. Эта концепция может быть реализована только при глубокой структурной реформе, предусматривающей пересмотр прежней концепции экономического роста. Именно поэтому структурная политика не может быть непланомерной [4].

Отправной точкой в политике приоритетного развития высокотехнологичных отраслей промышленности должно стать формирование Национального перечня критических технологий, ведомственных перечней важнейших технологий, определение стратегически важных отраслей промышленности [6].

Приоритетное развитие стратегически важных отраслей промышленности позволит ликвидировать неоправданную дифференциацию в техническом уровне производств как между отраслями, так и внутри технологически сопряженных производств. Определение перечней технологий и стратегически важных отраслей промышленности даст возможность сконцентрировать и рационально распределить имеющийся научный потенциал, финансовые и трудовые ресурсы. В условиях крайней ограниченности бюджетных и иных ассигнований на НИОКР, а также объема производственных инвестиций выделение приоритетов является наиболее оптимальным решением.

Политика приоритетов должна оживить и развить инновационную направленность экономического развития и тем самым способствовать преодолению тенденции усиления сырьевой направленности республиканской экономики и началу реального формирования экономики, основанной на развитии наукоемких и высокотехнологичных производств. Решающим является при этом не абсолютное время на инновацию, а их преимущество во времени по сравнению с конкурирующим предприятием [2]. Здесь, с нашей точки зрения, особое значение приобретает совершенствование управления политикой импортозамещения.

Сложившаяся как самостоятельный объект управления система управления импортозамещения предполагает:

- создание на высшем уровне специализированных подразделений - советов, комитетов или рабочих групп по разработке технической политики;
- создание центральных служб, отделений новых продуктов для координации инновационной деятельности;
- выделение целевых проектных групп или центров по разработке новой продукции;
- повышение роли находящихся в составе производственных отделений отделов НИОКР, лабораторий, научных центров, занимающихся инновационной деятельностью;
- образование венчурных подразделений и специальных фондов стимулирования инновационной деятельности;
- организацию консультационной помощи в области нововведений;
- создание специальных отраслевых лабораторий по проблемам освоения новой технологии [5].

Азербайджан богат природными ресурсами и обладает давними научно-исследовательскими, промышленными и культурными традициями. Активизировать приток инвестиций и направляя их на модернизацию промышленности, что в свою очередь повлияло на необходимость достижения конкурентоспособности национальной экономики

Азербайджана. Азербайджан имеет шанс стать крупным производителем продовольственных и потребительских товаров, химической продукции и машиностроения.

Держа курс на либеральную экономику, Азербайджан открыл доступ иностранным компаниям к своему потребительскому рынку, а также к почти 300 млн. потребителей в соседних странах-членах СНГ. «Внезапная» либерализация способствовало развитию промышленного сектора экономики Азербайджана.

Возрождение реального сектора Азербайджанской экономики может быть достигнуто посредством со стороны предпринимателей промышленной реструктуризации, приобретения передового опыта и технологий. Эти мероприятия потребуют разумного макроэкономического и финансового руководства со стороны государства. Так Президент Азербайджанской Республики принял стратегический документ, «Дорожная карта» и программа «поощрением инвестиционной деятельности и защитой прав иностранных инвесторов» экономического развития страны. Они определяет функциональность элементов экономического развития страны и создают юридические базы вложения и генерирование капитала [8].

Промышленная конкурентоспособность предполагает генерацию капитала за счет собственных средств страны (продажа акций, банковские консорциумы, лизинговые компании, капитал от частных инвесторов и финансовых организаций, государственный бюджет), за счет средств международных доноров капитала (ЕБРР, МВФ, МФК, Мировой Банк) и за счет ПИИ (прямые иностранные инвестиции) от ТНК [9].

В свой очередь ПИИ могут поддерживать и активизировать другие формы финансирования и обладают рядом преимуществ перед национальными источниками капитала и средствами международных фондов:

- они сочетают в себе капитал с одновременным переносом практических навыков и управленческого мастерства (включая выход на международные рынки);

- их мультипликативный эффект может активизировать фактический инвестиционный цикл, что позитивно отразится не только на производстве, но также на других секторах экономики;

- ПИИ активизируют конкуренцию и могут способствовать развитию малого и среднего бизнеса (МСБ);

- притоки капитала и ноу-хау благотворно воздействуют на реальную экономику, стабилизируют занятость и повышают уровень доходов населения и расширяют налоговую базу;

- с ростом объемов национальных сбережений снижается зависимость от международных доноров;

- с развитием местного производства решаются проблемы с балансом платежей, с чем столкнулся Азербайджан вследствие массового импорта важнейших потребительских и капитальных товаров, чего стоит в первую очередь решать;

- с повышением уровня доверия «летучий» капитал и отечественные сбережения могут быть возвращены в азербайджанскую экономику [1].

В заключении, без всякого сомнения, можно утверждать о превращении в настоящее время инновационного предпринимательства в атрибут глобальных и локальных систем, требующего всестороннего изучения его состояния и перспектив развития, связанных с усилением роли знаний.

Список литературы

1. Аллахярова Э.С., Иванова Г.А., Нанакина Ю.С. Государственное регулирование общественных отношений // Электронный научно-практический журнал «Синергия». 2017. № 2. С. 57-59.

2. Батракова Л.Г., Колпакова А.Г. Стратегия и тактика процесса управления знаниями // Ярославский педагогический вестник. Том I (Гуманитарные науки). 2012. № 1. С. 317.

3. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Пер. с англ.: Учеб. пособие. И.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 272 с.
4. Капица С.П. . Мировой демографический кризис и Россия // Будущее России. Вызовы и проекты. / Под ред. Малиницкого Г.Г. М.: Либроком, 2009. С. 71-88.
5. Кольцова А.А. Стратегии управления знаниями на предприятиях // Известия Российского Государственного Педагогического Университета им. А.И. Герцена. 2008. № 56. С.104-111.
6. Концепция развития: «Азербайджан 2020: Взгляд в будущее» Баку-2012. 72 с.
7. Тофлер Э. Третья Волна. М.: АСТ, 2010. 784 с.
8. Распоряжение Президента Азербайджанской Республики о ряде мер по поощрению инвестиционной деятельности и защите прав иностранных инвесторов // 2018. <https://ru.president.az/articles/26765>.
9. The alignment of compensation & business strategies // 2014. <http://www.businessalignmentstrategies.com/articles/compensation.php>.

УДК 658.152

**РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА
ПРИ ОГРАНИЧЕННЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСАХ
SMALL BUSINESS DEVELOPMENT WITH LIMITED INVESTMENT RESOURCES**

**Гусаков Борис Иванович, Сотникова Анна Владимировна
Gusakov Boris Ivanovich, Sotnikova Anna Vladimirovna**

*Белорусский национальный технический университет, Республика Беларусь, Минск
Belarusian National Technical University, Belarus, Minsk
(e-mail: b-99@yandex.ru) (e-mail: annasotnikova1@rambler.ru)*

Аннотация: Рассматривается оптимизация программы развития малого бизнеса за счет самофинансирования, обеспечивающая максимум темпа роста активов при ограниченных начальных финансовых ресурсах. В качестве показателя и критерия эффективности предлагается использовать коэффициент инновационного менеджмента, характеризующий среднегеометрические темпы роста активов бизнеса. Оптимизация осуществляется по периоду возврата инвестиций на каждый объект программы и периоду накопления финансовых ресурсов на последующие объекты программы.

Abstract: We consider the optimization of the small business development program through self-financing, ensuring maximum asset growth with limited initial financial resources. As an indicator and performance criterion, it is proposed to use the innovation management coefficient, which characterizes the geometric average growth rate of business assets. Optimization is carried out by the period of return on investment for each program object and the period of accumulation of financial resources for subsequent program objects.

Ключевые слова: период возврата инвестиций, период накопления инвестиционных ресурсов на объект бизнеса, оптимизация программы развития бизнеса, коэффициент инновационного менеджмента, рыночная цена объекта бизнеса, оценка эффективности.

Keywords: the period of return on investment, the period of accumulation of investment resources on the business object, optimization of the business development program, the coefficient of innovation management, market price of the business object, performance evaluation.

Важной задачей в экономической сфере Беларуси является формирование среднего класса – основного носителя политической стабильности. Решению данной задачи будет способствовать стимулирование малого и среднего предпринимательства, которое способно обеспечить долгосрочный экономический рост. Оно создает в экономике конкурентную среду, поддерживает внутренний спрос и служит важным источником занятости.[1].

Для устойчивого развития бизнеса предприниматель должен выбрать одну из возможных стратегий: ускоренного роста, стабильного развития и разработать соответствующую программу мероприятий (объектов) [21, с. 46]. Проблемой реализации любой стратегии малого бизнеса становится дефицит финансовых ресурсов. Ограниченные начальные финансовые ресурсы определяют поэтапный ввод в эксплуатацию объектов программы. Финансовое обеспечение развития бизнеса достигается посредством рефинансирования доходов от действующих на начальной стадии объектов, объектов программы, введенных в эксплуатацию, и привлечения кредита. Разработана методика, которая определяет порядок формирования и оптимизации программы развития бизнеса. Целевая функция методики - ускоренное развитие бизнеса при ограниченных начальных финансовых ресурсах.

Ограниченные начальные финансовые ресурсы определяют поэтапный ввод в эксплуатацию объектов программы. Финансовое обеспечение развития бизнеса достигается посредством рефинансирования доходов от действующих на начальной стадии объектов, объектов программы, введенных в эксплуатацию и привлечения кредита.

Формирование программы развития бизнеса осуществляется посредством мозгового штурма менеджеров: составляется перечень объектов бизнеса, которые составят потенциальную программу развития. Далее на основании маркетингового исследования спроса на продукты и услуги организации по каждому объекту разрабатывается индивидуальный бизнес-план.

Оптимизации развития бизнеса осуществляется путем изменения очередности создания объектов, включенных в потенциальную программу. В процессе оптимизации учитываются два фактора: период возврата инвестиций, необходимых для создания i -го объекта, период накопления финансовых ресурсов для создания последующего $i+1$ -го объекта. Факторы оптимизации развития бизнеса обуславливают проработку множества вариантов программы. Количество вариантов программы существенно снижается при группировке объектов программы по приоритетам. В этом случае необходима только перестановка очередности объектов, включенных в данный приоритет. В методике предусмотрены четыре приоритета: технологический - первоочередной, незначительный период возврата инвестиций - второочередной; значительный период возврата инвестиций - третьоочередной; специальный приоритет связи (четвероочередной) - два или несколько объектов должны быть завершены в одно время, поскольку работают в связке. Расчет параметров оставшихся вариантов предусмотрено проводить в ручном варианте и на персональном компьютере.

Критериями оптимального варианта программы являются: максимальный темп роста активов, задействованных в бизнесе и минимальный период реализации программы развития. [3, 5, 6].

Оптимизацию программы развития предлагается осуществлять по правилам инновационного менеджмента, которые позволяют рационально управлять денежными потоками и развитием бизнеса.

Первое правило. Имеется работающий малый бизнес, накоплены незначительные финансовые ресурсы за счет амортизации и чистой прибыли.

Второе правило. Свободные финансовые ресурсы используются для финансирования нового объекта бизнеса.

Третье правило. В период создания нового объекта свободный чистый доход от работающих объектов хранится на депозитном счете и реализуются в бизнесе в тот момент, когда его величина станет достаточной для инвестирования очередного объекта.

Четвертое правило. Всегда существует проблема по определению очередности создания объектов программы. Возможные варианты развития определяются числом перестановок общего количества объектов по формуле (1):

$$P_n = n!, \quad (1)$$

где n - количество объектов программы.

Нетрудно подсчитать, что при трех объектах имеет место 6 различных вариантов развития, при десяти объектах – 3 628 800 вариантов.

Пятое правило. Число рассматриваемых вариантов существенно уменьшается путем их группировки по приоритетам.

Решена задача использовать обобщающий показатель для установления приоритета объектов второго и третьего приоритетов. Обобщающий показатель спроектирован не для отдельного объекта, а для их комбинации. Показателю присвоено название инновационного менеджмента нормы рентабельности (InnovationManagementRateofReturn). Сокращенно этот показатель можно называть – коэффициент инновационного менеджмента (IMRR). Коэффициент инновационного менеджмента IMRR характеризует среднегеометрический темп роста начальных активов бизнеса.

Коэффициент инновационного менеджмента рассчитывается при выполнении четырех условий: во-первых, известны инвестиции, привлеченные в программу в начале расчетного периода; во-вторых, за расчетный период (T) завершены все объекты программы; в-третьих, определена рыночная стоимость активов программы на конец расчетного периода; в-четвертых, определена сумма наличности, которую обеспечили ранее введенные по программе объекты за период строительства последнего (n -го) объекта. Реализация этих условий требует использовать сопоставимые стоимостные затраты и результаты программы развития. Это инвестиции, привлеченные в программу на начало расчетного периода и активы (материальные и финансовые) на конец расчетного периода. Общая стоимость активов после реализации программы развития включает в себя рыночную стоимость объектов и накопленную в период строительства (неиспользованную) наличность. Вариант, обеспечивающий максимальный IMRR, является предпочтительным. Численно коэффициент инновационного менеджмента определится по формуле (2):

$$IMRR = \sqrt[T]{\frac{Cash + P_i}{PVI}} - 1, \quad (2)$$

где, Cash - неиспользованная наличность на момент завершения программы развития торговой организации, обеспеченная потоком неиспользованного чистого дохода, работающих объектов;

P_i - рыночная цена i -го объекта на момент завершения программы развития торговой организации;

PVI – сумма дисконтированных инвестиций собственника, вложенных для реализации программы развития, без учета реинвестированных доходов от объектов бизнеса;

T - срок реализации программы развития.

При выполнении расчетов по приведенной формуле возникает необходимость расчета рыночной цены объектов программы развития бизнеса.

Рыночная цена объектов на момент завершения программы развития бизнеса состоит из остаточной стоимости объекта и цены гудвилл. Расчет рыночной цены объектов программы развития бизнеса проводится в несколько этапов [3].

На первом этапе определяется остаточная стоимость объекта как сумма стоимости оборотных и основных средств. При этом из стоимости основных средств вычитается стоимость их износа на момент завершения реализации программы развития бизнеса.

На втором этапе рассчитывается прибыль гудвилл по формуле (3):

$$Rg = Rt - Ek * I \quad (3)$$

где Rt – чистая годовая прибыль объекта фактическая, руб.;

Ek - относительная величина ставки платы за кредит;

I – инвестиции на объект всего;

На третьем этапе определится цена гудвилла исходя из прибыли, которую он обеспечивает, по формуле (4) [7]:

$$Pg = Rg / (\frac{1}{Tg} + Ek) \quad (4)$$

где Tg - срок службы Гудвилл, лет. В расчетах срок службы Гудвилл принимается равным 5 лет.

Рыночная цена объекта определится по формуле (5):

$$Pi = Co + Pg \quad (5)$$

где Co – остаточная стоимость объекта.

Таким образом, ограниченные финансовые ресурсы бизнеса не позволяют одновременно реализовать все объекты программы развития. Объекты реализуются по мере накопления инвестиционных ресурсов. Возможно множество вариантов развития бизнеса, которые отличаются очередностью реализации объектов программы развития. Для уменьшения количества вариантов программы развития целесообразно объекты программы развития разделить по приоритетам.

Период реализации программы развития бизнеса – это временной отрезок от начала создания первого объекта программы до завершения последнего объекта программы. Он позволяет судить о скорости развития бизнеса.

Для качественной оценки предпринимательских способностей предложены два показателя эффективности, которые рассчитываются для каждого варианта развития бизнеса: общий финансовый рычаг i -го варианта программы; частный финансовый рычаг i -го варианта программы.

Общий финансовый рычаг i -го варианта программы показывает во сколько раз темп роста инвестиций, привлеченных для ее реализации больше темпа роста ресурсов привлеченных для кредитования.

Частный финансовый рычаг программы показывает во сколько раз темп роста инвестиций в оптимальном варианте программы развития бизнеса больше, чем в i -м варианте. Оптимальный вариант программы развития обеспечивает максимальный темп роста активов и минимальный период реализации программы развития.

Список литературы

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года. Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.- 21с.
2. Царикаев, А.Ю. Управление разработкой и реализацией стратегии развития крупного предприятия: дис. ...доктора экон. наук : 08.00.05/ А.Ю. Царикаев. – Саратов, 2016. – 336 с.
3. Гусаков Б.И. Оценка стоимости развивающегося бизнеса // Вестник Перм. нац. исслед. политехн. ун-та. Социально-экономические науки. – 2012. – № 13 (37). – С. 65–73.
4. Домодоран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. –1341 с.
5. Емельянов С.В. Менеджмент за рубежом. США: государственная политика стабилизации инновационной конкурентоспособности американских производителей // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – № 3. – С. 73–87.
6. Ёлохова И.В., Назарова Л.А. Роль нематериальных активов в определении рыночной стоимости инновационного предприятия // Вестник Перм. гос. техн. ун-та. Социально-экономические науки. – 2010. – № 8 (27). – С. 89 – 99.
7. Томпсон С., Артур А., Стринкленд А. Дж. Стратегический менеджмент: Конкуренция и ситуации для анализа: пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005. – 475 с. 6. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. – М.: Экспо, 2004. – 544 с.

**ОБ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЕ КОНТРОЛЯ КОРРЕКТНОСТИ
ЗАПОЛНЕНИЯ КОНСТРУКТОРСКИХ ДАННЫХ В PDM СИСТЕМЕ WINDCHILL
ON THE AUTOMATED CONTROL SYSTEM FOR THE CORRECTNESS OF FILLING
IN DESIGN DATA IN A PDM WINDCHILL SYSTEM**

**Дробышев Артём Александрович, Трусевич Ирина Владимировна
Drobyshev Artyom Aleksandrovich, Trusevich Irina Vladimirovna**

*Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации,
Беларусь, Гомель*

*Belarusian Trade and Economic University of Consumer Cooperatives, Belarus, Gomel
(e-mail: fidj_24@mail.ru; trusevich@mail.ru)*

Аннотация: В данной статье представлена разработанная и внедренная система контроля корректности заполнения конструкторских данных в системе PDM WINDCHILL.

Abstract: This article presents a developed and implemented system for monitoring the correctness of filling in design data in a PDM WINDCHILL system.

Ключевые слова: система, программа, контроль, конструкторские данные, 3-х мерные модели, графика, автоматизация.

Keywords: system, program, control, design data, 3D models, graphics, automation.

Информационно-коммуникационные технологии развиваются с большой скоростью. На данный момент, практически не возможно, встретить отрасль, где бы они не применялись. Разработка комбайнов не стала исключением.

Современные реалии диктуют условия, что для разработки технического изделия рациональнее и экономически выгоднее произвести проектирование изделия с помощью компьютеров и соответствующего программного обеспечения. Данный способ обоснован тем, что при разработке модели комбайна с применением компьютерных технологий можно в максимально короткие сроки вносить изменения и производить выпуск новой документации. Для реализации данного способа применялась программное обеспечение – AutoCAD.

Следующим этапом совершенствования методов проектирования изделий является построение моделей с применением 3-х мерной графики. Переход на 3-х мерное проектирование позволяет устранить такую проблему, как собираемость изделий. Ранее это можно было заметить лишь на этапе сборки изделий на производстве, и в случае возникновения такой проблемы, это вело к изменению конструкторской документации и ее перевыпуску. При применении программного обеспечения для построения 3-х мерных моделей данный конструкторский недочет можно устранить и устранить на этапе проектирования изделия. Для разработки 3-х мерных моделей существует решение PTC Creo Parametric.

Creo Parametric - это самое мощное и гибкое программное обеспечение для 3D-моделирования в отрасли [1].

Creo Parametric включает в себя следующие функции:

- твердотельное 3D-моделирование;
- прямое моделирование;
- эффективное моделирование сборок;
- детальная документация, включая 2D- и 3D-чертежи;
- построение поверхностей;
- построение поверхностей с помощью функций Freestyle;
- моделирование листовых деталей;

- моделирование сварных соединений и каркасных конструкций;
- функции анализа;
- графика и встроенная анимация конструкций;
- конструирование для аддитивного производства (3D-печать);
- модельно-ориентированное проектирование;
- обмен данными;
- работа с импортированными сторонними данными (не Creo);
- встроенные функции работы с ЧПУ;
- мгновенный доступ с помощью веб-инструментов;
- библиотека деталей, функций, инструментов, и т. д.;
- пользовательская настройка программного обеспечения;
- проектирование интеллектуальных сетевых изделий.

В основе любого изделия лежит 3-х мерная модель. Данная модель так же служит и для получения чертежа деталей и сборочных единиц.

Основным преимуществом использования Creo Parametric при проектировании изделий и создании чертежей является то, что чертеж и модель ассоциативно связаны друг с другом. Это означает то, что при изменении модели – чертеж автоматически изменяется, при изменении чертежа – модель так же изменяется.

Данное преимущество позволяет исключить такой немаловажный фактор, как рассогласованность моделей и чертежей. Когда, например, необходимо внести какие-либо правки, и конструктор из-за нехватки времени исправляет только лишь чертеж, чтобы его в кратчайшие сроки выдать на производство, при этом забывая внести необходимые коррективы в модель. В результате получается, что не известно что является актуальным и верным на данный промежуток времени, модель или чертеж.

Таким образом, получаем, что Creo Parametric позволяет исключить такую проблему как рассогласованность моделей и чертежей на этапе разработки благодаря ассоциативной связи между ними.

После окончания разработки все модели сдаются на хранение в PDM-систему Windchill.

Windchill это веб-система базы данных, обеспечивающая доступ ко всей информации об изделиях, включая модели CAD, документы, технические иллюстрации, встроенное ПО, расчеты и технические требования. PTC Windchill предоставляет возможности централизованно управлять моделями, созданными в PTC Creo и других приложениях CAD [2]. Пример PDM-системы Windchill представлен на рисунке 1.

Модели, разрабатываемые с использованием систем Creo Parametric и Windchill, хранят в себе перечень параметров, необходимых для разработки и выдачи конструкторской документации в производство.

Корректное заполнение необходимых параметров является не мало важным фактором, который оказывает значительное влияние на качество выпускаемой документации, а в последствии и продукции. Неверное заполнение параметров на этапе проектирования изделия далее переносится на следующий этап – документацию. Для устранения ошибок данного рода необходимо производить пере выпуск комплекта документов, а это влечет за собой временные и денежные потери.

Отсюда можно сделать вывод, что ошибки, связанные с не корректным заполнением параметров в модели, необходимо выявлять и устранять на начальном этапе проектирования.

При разработке любого изделия конструктор выступает в роле «родителя», присваивая своим разработкам уникальные имена и все необходимые параметры. Отсюда делаем вывод, что тот, кто создал изделие, тот и должен поддерживать его в актуальном состоянии и исправлять имеющиеся недостатки.

Модели, которые были разработаны Creo Parametric и за тем сданы на хранение в Windchill, помещаются в базу данных Oracle, в которой, в свою очередь, хранятся в зашифрованном виде. То есть модели которые были сданы на хранения не возможно взять в

чистом виде. Для того чтобы их увидеть и продолжить с ними работы необходимо обязательно Windchill.

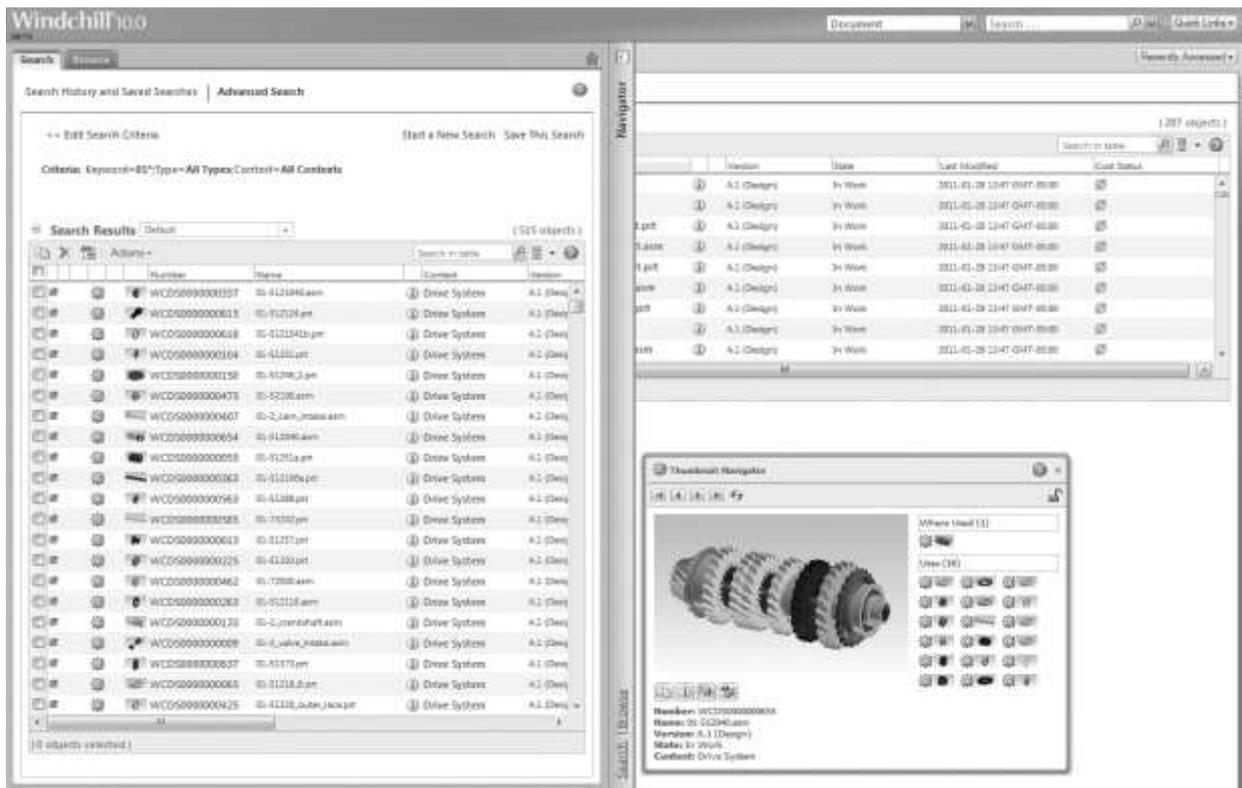


Рис. 1. PDM-системы Windchill

Перед нами стоит задача, получить список моделей, которые содержат ошибки в параметрах, но на прямую получить из базы данных Oracle мы не можем. Для решения данной проблемы в Windchill предусмотрен встроенный язык программирования Webjact [3].

Webjacts – это средство, с помощью которого Info*Engine JSP страницы и задачи собирают, обрабатывают и отображают данные [4]. JSP-страницы и задачи являются текстовыми документами, которые определяют, как Info*Engine либо отображает, либо извлекает информацию. Info*Engine необходим для создания внешнего веб-интерфейса для единичного приложения [5]. Таким образом нам необходимо разработать программный код, который будет подключаться к Info*Engine Windchill и проверять модели на соответствие. Пример разработанного Webjacts кода представлен на рисунке 2.

```
1 @Language language="java" contentType="text/html; charset=UTF-8" %  
2 <@page contentType="text/html" pageEncoding="UTF-8"%>  
3  
4 <@page import="com.infosysview.Sig, java.  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100  
101  
102  
103  
104  
105  
106  
107  
108  
109  
110  
111  
112  
113  
114  
115  
116  
117  
118  
119  
120  
121  
122  
123  
124  
125  
126  
127  
128  
129  
130  
131  
132  
133  
134  
135  
136  
137  
138  
139  
140  
141  
142  
143  
144  
145  
146  
147  
148  
149  
150  
151  
152  
153  
154  
155  
156  
157  
158  
159  
160  
161  
162  
163  
164  
165  
166  
167  
168  
169  
170  
171  
172  
173  
174  
175  
176  
177  
178  
179  
180  
181  
182  
183  
184  
185  
186  
187  
188  
189  
190  
191  
192  
193  
194  
195  
196  
197  
198  
199  
200  
201  
202  
203  
204  
205  
206  
207  
208  
209  
210  
211  
212  
213  
214  
215  
216  
217  
218  
219  
220  
221  
222  
223  
224  
225  
226  
227  
228  
229  
230  
231  
232  
233  
234  
235  
236  
237  
238  
239  
240  
241  
242  
243  
244  
245  
246  
247  
248  
249  
250  
251  
252  
253  
254  
255  
256  
257  
258  
259  
260  
261  
262  
263  
264  
265  
266  
267  
268  
269  
270  
271  
272  
273  
274  
275  
276  
277  
278  
279  
280  
281  
282  
283  
284  
285  
286  
287  
288  
289  
290  
291  
292  
293  
294  
295  
296  
297  
298  
299  
300  
301  
302  
303  
304  
305  
306  
307  
308  
309  
310  
311  
312  
313  
314  
315  
316  
317  
318  
319  
320  
321  
322  
323  
324  
325  
326  
327  
328  
329  
330  
331  
332  
333  
334  
335  
336  
337  
338  
339  
340  
341  
342  
343  
344  
345  
346  
347  
348  
349  
350  
351  
352  
353  
354  
355  
356  
357  
358  
359  
360  
361  
362  
363  
364  
365  
366  
367  
368  
369  
370  
371  
372  
373  
374  
375  
376  
377  
378  
379  
380  
381  
382  
383  
384  
385  
386  
387  
388  
389  
390  
391  
392  
393  
394  
395  
396  
397  
398  
399  
400  
401  
402  
403  
404  
405  
406  
407  
408  
409  
410  
411  
412  
413  
414  
415  
416  
417  
418  
419  
420  
421  
422  
423  
424  
425  
426  
427  
428  
429  
430  
431  
432  
433  
434  
435  
436  
437  
438  
439  
440  
441  
442  
443  
444  
445  
446  
447  
448  
449  
450  
451  
452  
453  
454  
455  
456  
457  
458  
459  
460  
461  
462  
463  
464  
465  
466  
467  
468  
469  
470  
471  
472  
473  
474  
475  
476  
477  
478  
479  
480  
481  
482  
483  
484  
485  
486  
487  
488  
489  
490  
491  
492  
493  
494  
495  
496  
497  
498  
499  
500  
501  
502  
503  
504  
505  
506  
507  
508  
509  
510  
511  
512  
513  
514  
515  
516  
517  
518  
519  
520  
521  
522  
523  
524  
525  
526  
527  
528  
529  
530  
531  
532  
533  
534  
535  
536  
537  
538  
539  
540  
541  
542  
543  
544  
545  
546  
547  
548  
549  
550  
551  
552  
553  
554  
555  
556  
557  
558  
559  
560  
561  
562  
563  
564  
565  
566  
567  
568  
569  
570  
571  
572  
573  
574  
575  
576  
577  
578  
579  
580  
581  
582  
583  
584  
585  
586  
587  
588  
589  
590  
591  
592  
593  
594  
595  
596  
597  
598  
599  
600  
601  
602  
603  
604  
605  
606  
607  
608  
609  
610  
611  
612  
613  
614  
615  
616  
617  
618  
619  
620  
621  
622  
623  
624  
625  
626  
627  
628  
629  
630  
631  
632  
633  
634  
635  
636  
637  
638  
639  
640  
641  
642  
643  
644  
645  
646  
647  
648  
649  
650  
651  
652  
653  
654  
655  
656  
657  
658  
659  
660  
661  
662  
663  
664  
665  
666  
667  
668  
669  
670  
671  
672  
673  
674  
675  
676  
677  
678  
679  
680  
681  
682  
683  
684  
685  
686  
687  
688  
689  
690  
691  
692  
693  
694  
695  
696  
697  
698  
699  
700  
701  
702  
703  
704  
705  
706  
707  
708  
709  
710  
711  
712  
713  
714  
715  
716  
717  
718  
719  
720  
721  
722  
723  
724  
725  
726  
727  
728  
729  
730  
731  
732  
733  
734  
735  
736  
737  
738  
739  
740  
741  
742  
743  
744  
745  
746  
747  
748  
749  
750  
751  
752  
753  
754  
755  
756  
757  
758  
759  
760  
761  
762  
763  
764  
765  
766  
767  
768  
769  
770  
771  
772  
773  
774  
775  
776  
777  
778  
779  
780  
781  
782  
783  
784  
785  
786  
787  
788  
789  
790  
791  
792  
793  
794  
795  
796  
797  
798  
799  
800  
801  
802  
803  
804  
805  
806  
807  
808  
809  
810  
811  
812  
813  
814  
815  
816  
817  
818  
819  
820  
821  
822  
823  
824  
825  
826  
827  
828  
829  
830  
831  
832  
833  
834  
835  
836  
837  
838  
839  
840  
841  
842  
843  
844  
845  
846  
847  
848  
849  
850  
851  
852  
853  
854  
855  
856  
857  
858  
859  
860  
861  
862  
863  
864  
865  
866  
867  
868  
869  
870  
871  
872  
873  
874  
875  
876  
877  
878  
879  
880  
881  
882  
883  
884  
885  
886  
887  
888  
889  
890  
891  
892  
893  
894  
895  
896  
897  
898  
899  
900  
901  
902  
903  
904  
905  
906  
907  
908  
909  
910  
911  
912  
913  
914  
915  
916  
917  
918  
919  
920  
921  
922  
923  
924  
925  
926  
927  
928  
929  
930  
931  
932  
933  
934  
935  
936  
937  
938  
939  
940  
941  
942  
943  
944  
945  
946  
947  
948  
949  
950  
951  
952  
953  
954  
955  
956  
957  
958  
959  
960  
961  
962  
963  
964  
965  
966  
967  
968  
969  
970  
971  
972  
973  
974  
975  
976  
977  
978  
979  
980  
981  
982  
983  
984  
985  
986  
987  
988  
989  
990  
991  
992  
993  
994  
995  
996  
997  
998  
999  
1000
```

Рис. 2. Webjacts кода

Следующий этап будет формирование списка ошибок. Далее необходимо имеющийся список направить на конструктора, который был «родителем» модели, в которой были допущены ошибки. Пример письма об ошибке представлен на рисунке 3.

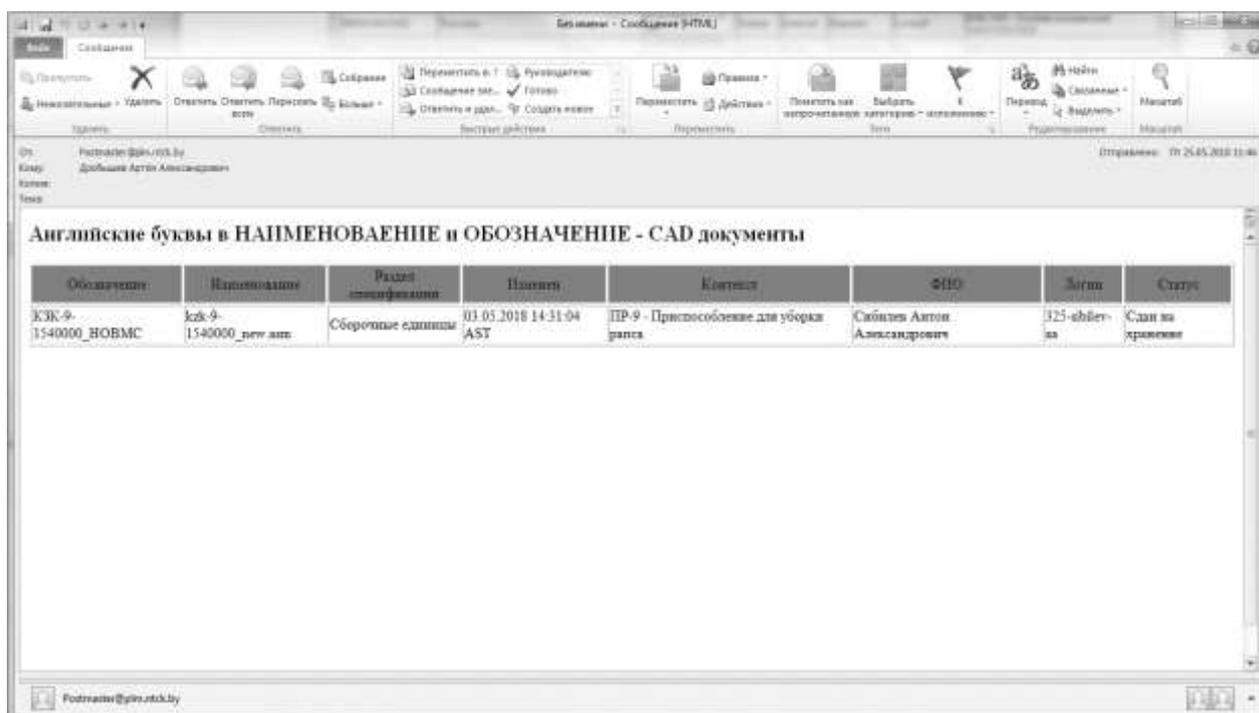


Рис. 3. Письмо об ошибке

Корректное заполнение основных параметров ведет к порядку в системе. При достижении порядка проще производить поиск и структурирование данных в системе. Это позволяет безошибочно формировать конструкторские отчеты для передачи на производство и снабжение.

Процесс поиска ошибочных моделей вручную достаточно трудоемок и занимает большой промежуток времени. Также достаточно трудоемко свести все полученные данные в общий отчет для последующей обработки и передаче конструкторским отделам.

Разработанная автоматизированная система контроля корректности заполнения конструкторских данных в PDM системе Windchill осуществляет поиск моделей и деталей и сборочных единиц, при проектировании которых были некорректно или неверно заполнены параметры. Кроме того, разработанная система позволяет формировать отчеты и направлять их напрямую разработчикам той или иной модели. Это в свою очередь позволяет значительно сократить временные и трудовые затраты.

Список литературы

1. Приложения PTC // <http://bss-ukraine.com.ua/bonus-pages/service/166-prilozheniya-ptc>.
2. T3827-101-01- MA 02494 USA. PTC University Customization of Windchill 10.1. USA, 2013. 371с.
3. MA 02494 USA. Windchill® Adapter Guide, Windchill Release 7.0. USA, 2003. 314 с.
4. NASA KSC. Creating Simple Admin Tools Using Info*Engine and Java. USA, 2009. 26 с.
5. MA 02494 USA. Info*Engine® User's Guide Windchill® 10.1 M050. USA, 2014. 505 с.

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ФИНАНСОВОГО
ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ
THEORETICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF THE FINANCIAL
POTENTIAL OF THE ORGANIZATION**

**Дружинина Ирина Александровна, Квач Наталия Михайловна
Druzhinina Irina Aleksandrovna, Kvach Natalia Mikhailovna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: irinadrug@mail.ru, nkвач@mail.ru,)*

Аннотация: Статья посвящена теоретическим подходам к формированию финансового потенциала организации на основе использования системного подхода

Abstract: The article is devoted to theoretical approaches to the formation of the financial potential of the organization through the use of a systematic approach.

Ключевые слова: финансовый потенциал организации, системный подход, дерево проблемы.

Keywords: financial potential of the organization, system approach, problem tree.

Научный интерес и практическая значимость к формированию финансового потенциала организации тесно связаны между собой и определяются его ролью для оценки потенциальных возможностей экономического роста хозяйствующего субъекта.

В переводе с латинского языка термин «потенциал» (potentia), означает «мощность, сила». Понятие «потенциал» используется в различных отраслях науки и деятельности человека. В экономике, данный термин рассматривается как ресурсы, которые есть в наличии и могут быть мобилизованы для достижения определенных целей хозяйствующего субъекта, осуществления плана его развития, решения какой-либо задачи.

Однако, в экономической литературе не существует единого подхода к оценке финансового потенциала (ФП) организации. В таблице 1 приведены подходы разных авторов к понятию финансового потенциала [2,3,4].

Таблица 1. Подходы к определению финансового потенциала организации

Авторы	Определение финансового потенциала (ФП)	Характеристика подхода к определению ФП
Агеев А. И., Кудешова С.Г., Куроедов Б.В., Немкова О. В., Трофимчук А. В.	Способность предприятия получать денежный капитал и управлять им. В данном случае рассматривается уровень финансовой устойчивости и зависимости, возможность привлечения внешних финансовых ресурсов, наличие стандартов бухгалтерского учета различного уровня, качество управления инвестициями и другие характеристики	ФП рассматривается через обеспеченность организации ресурсами
Ю. С. Валеевой	финансовый потенциал организации является комплексным понятием и характеризуется структурными элементами, отражающими наличие и размещение средств, реальные и потенциальные финансовые возможности	автор акцентирует внимание не столько на обеспеченности, сколько на размещении средств,
А.Г. Кайгородов,	Максимально возможная стоимость всех	ФП определяется на

Авторы	Определение финансового потенциала (ФП)	Характеристика подхода к определению ФП
А. А. Хомякова	ресурсов предприятия, при условии их функционирования в рамках определенной организационной структуры	основе обеспеченности организации ресурсами
В. О. Кунцевич	Финансовый потенциал развития предприятия в виде совокупности имеющихся финансовых ресурсов, возможностей системы по их привлечению и эффективному управлению для достижения тактических и стратегической целей предприятия.	ФП основывается на обеспеченности организации ресурсами
П.В. Комарецкая	«составными элементами финансового потенциала являются: потенциал основных фондов, потенциал финансовых ресурсов, потенциал производства продукции и потенциал кредитных возможностей, которые проявляются в количественном и качественном измерениях и позволяют комплексно отразить общий финансовый потенциал»	рассмотрение структуры ФП с точки зрения обеспеченности ресурсами.
О.В. Израйлева	«структура финансового потенциала подразумевает под собой потенциальные финансовые показатели деятельности предприятия (прибыльности, ликвидности, платежеспособности), его потенциальные инвестиционные возможности»	ФП рассматривается с позиции его структуры.
Мерзликина Г.С. и Шаховская Л.С.	финансовый потенциал имеет такие структурные элементы, как потенциальные финансовые показатели производства (прибыльность, ликвидность, платежеспособность) и потенциальные инвестиционные возможности	
Н.А. Сорокина	Совокупность финансовых ресурсов, вовлеченных в оборот, с учетом привлечения дополнительных финансовых источников, исходя из стратегических перспектив и инвестиционной привлекательности	ФП основывается на обеспеченности организации ресурсами
Т. Н. Толстых, Е. М. Уланова	Обеспеченность финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразность их размещения и эффективность использования	ФП основывается на понимании данного явления через обеспеченность организации ресурсами
В. В. Шлычкова и Р. А. Тимофеева	Характеризуется системой показателей, отражающих наличие и размещение средств, реальные и потенциальные финансовые возможности	ФП как способность организации управлять ресурсами для достижения максимального эффекта
А. О.	Характеризуется устойчивой платежной	ФП базируется на

Авторы	Определение финансового потенциала (ФП)	Характеристика подхода к определению ФП
Шереметьев	готовностью, достаточной обеспеченностью собственными оборотными средствами и эффективным их использованием с хозяйственной целесообразностью, четкой организацией расчетов, наличием устойчивой финансовой базы	способности организации управлять ресурсами для достижения максимального эффекта
П.А. Фомин, М.К. Старовойтов	Отношения, возникающие на предприятии по поводу достижения максимально возможного финансового результата при условии: – наличия собственного капитала, достаточного для выполнения условий ликвидности и финансовой устойчивости; – возможности привлечения капитала в объеме, необходимом для реализации эффективных инвестиционных проектов; – рентабельности вложенного капитала; – наличия эффективной системы управления финансами, обеспечивающей прозрачность текущего и будущего финансового состояния	ФП определяется способностью организации управлять ресурсами для достижения максимального эффекта
А.С. Федонин, И.Н. Репина, А.И. Алексюк	в структуре финансового потенциала особое место занимает инвестиционный потенциал, который характеризует имеющиеся и скрытые возможности предприятия для простого и расширенного воспроизводства	структурные элементы ФП должны обеспечивать решение текущих и стратегических задач

В приведенных в таблице 1 определениях «финансового потенциала» можно выделить следующие моменты:

1. Финансовый потенциал рассматривается с позиции оценки возможностей организации, которыми необходимо рационально управлять для достижения целей развития организации.

2. В определениях финансового потенциала присутствует ресурсная составляющая. Сущность ресурсов, с точки зрения оценки финансового потенциала, проявляется в процессе их использования для достижения целей организации.

3. Важным аспектом в оценке финансового потенциала является рассмотрение его структуры. Под структурными элементами финансового потенциала наиболее часто понимают ресурсы, связанные с финансовым аспектом функционирования организации.

Сравнительный анализ различных подходов к определению финансового потенциала свидетельствует о том, что проблема формирования финансового потенциала организации в настоящий момент относится к разряду дискуссионных, слабоструктурированных проблем и требует дальнейшего исследования с применением системного подхода [1].

Структурный системный анализ базируется на иерархическом представлении информации о проблеме. Основным методом структуризации проблем, является построение дерева проблемы, представляющей собой систематизированную запись всех составляющих решения проблемы. В процессе построения дерева проблема, формулируемая на верхнем уровне в общем виде, по мере перехода на нижние уровни разбивается на конкретные задачи (базовые проблемы-причины), допускающие использование отработанных методов решения (экономических, математических, статистических). Построение дерева проблемы дает возможность систематизировать конкретный перечень задач, решение которых позволит разработать модель формирования финансового потенциала организации.

На рисунке 1 представлен верхний уровень дерева проблемы: формирования финансового потенциала организации.



Рис. 1. Верхний уровень дерева проблемы: формирования финансового потенциала организации

Структура дерева позволяет связать проблему высшего уровня с конкретными средствами ее решения через ряд промежуточных звеньев, обеспечивающих достижение целей предшествующего уровня.

Рассмотрение дерева проблемы дает возможность систематизировать конкретный перечень задач, решение которых позволит разработать систему формирования финансового потенциала организации.

Список литературы

1. Белгородский В.С., Дружинина И.А., Генералова А.В. Современные методы стратегического менеджмента. М.; ФГБОУ ВПО МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2015-120с.
2. Дружинина И.А., Антонов А.П., Белгородский В.С., Генералова А.В. Современные инструменты управления финансовым состоянием предприятия. М.: ФГБОУ ВО МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2016-158с.
3. Теория и методология оценки экономического потенциала предприятий / Г.Г. Надворная, С.В. Климчук, М.С. Оборин, Т.Е. Гварлиани. Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 6. С. 70-90.
4. Щепетова В.Н. Системно-целевой подход к анализу экономического потенциала коммерческой организации: автореферат. Диссертация канд. экон. наук: 08.00.05. Орел, 2008.- 25 с.

**ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ
АНАЛИЗА ЕЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ
FORMATION OF THE FINANCIAL POTENTIAL OF THE ORGANIZATION BASED ON
THE ANALYSIS OF ITS CASH FLOWS**

**Дружинина Ирина Александровна, Квач Наталия Михайловна
Druzhinina Irina Aleksandrovna, Kvach Natalia Mikhailovna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail irinadrug@mail.ru, nkвач@mail.ru)*

Аннотация: статья посвящена теоретическим и практическим подходам к формированию финансового потенциала организации на основе анализа ее денежных потоков.

Abstract: article is devoted to theoretical and practical approaches to formation financial capacity of the organization on the basis of the analysis of its cash flows

Ключевые слова: финансовый потенциал организации, методы анализа денежных потоков

Keywords: financial capacity of the organization, methods of the analysis of cash flows

Сложные экономические условия, обострение социальных и экологических проблем, нестабильная правовая база требуют от компании создания такой системы, которая бы дала возможность эффективно использовать все имеющиеся и потенциально возможные финансовые ресурсы. Быстрое реагирование на изменения внешней среды обеспечивает достижение высоких финансовых результатов не только в текущем периода, но и в долгосрочной перспективе. В последние годы возрастает научный интерес и практическая потребность в использовании такого инструмента для оценки возможностей экономического роста компании, как финансовый потенциал. Термин «потенциал» происходит от латинского слова «potentia», что в переводе означает «мощность, сила». В общем понимании «Потенциал» рассматривается как «средства, запасы, источники, которые есть в наличии и могут быть мобилизованы для достижения определенной цели, осуществления плана, решения какой-либо задачи». Финансовый потенциал следует рассматривать как способность имеющихся ресурсов приносить доходы компании в определенный момент времени.

Диагностика финансового потенциала компании позволяет выявить наиболее существенные проблемы (узкие места) в производственно- хозяйственной и финансовой деятельности компании, установить причины их возникновения, определить пути увеличения положительного финансового результата, что является важным условием стабильного развития и повышения конкурентоспособности компании [1].

Финансовый потенциал организации является комплексным понятием и характеризуется системой показателей, отражающих наличие и размещение средств, реальные и потенциальные финансовые возможности. Основными из них являются состав и структура активов предприятия, объем произведенной продукции и услуг, общие затраты на производство, структура затрат, структура оборотных средств и период их оборота и платежеспособность, инвестиционный потенциал, интенсивность инвестиций, норма прибыли капитала, рентабельность продукции. Факторы, влияющие на финансовый потенциал предприятия, — это, прежде всего, устойчивость темпов роста собственных средств предприятия, качество управления текущими активами, обеспечение запасов и

затрат собственными средствами, обеспечение допустимой зависимости предприятия от кредиторов, оборот акций, выплачиваемые дивиденды.

Конкурентоспособный финансовый потенциал характеризуется устойчивой платежной готовностью, достаточной обеспеченностью собственными оборотными средствами и эффективным их использованием с хозяйственной целесообразностью, четкой организацией расчетов, наличием устойчивой финансовой базы. Устойчивое финансовое положение организации является необходимым условием его деятельности в рыночных отношениях, поскольку от этого зависит своевременность и полнота погашения его обязательств по оплате труда работников, расчетов с бюджетом, банками и поставщиками материальных ресурсов, по выплате дивидендов и т.д. Финансовый потенциал можно считать эффективным, если он покрывает собственными средствами не менее 50% финансовых ресурсов, необходимых для осуществления конкурентоспособной деятельности организации, целенаправленно и эффективно использует финансовые ресурсы и является платежеспособным [1].

Для оценки использования финансового потенциала предприятия, возможно, использовать метод оценки денежных потоков. Это связано, прежде всего, с тем, что в качестве оценочного показателя финансового потенциала выступает рыночная стоимость компании. Данный принцип означает, что расчет величины денежного потока, лежащего в основе оценки рыночной стоимости, производится исходя из того варианта возможного и разумного использования ресурсов предприятия, который обеспечивает его максимальную стоимость.

В этой связи особый интерес представляет матрица финансовых стратегий Франсона и Романа. Популярность данной финансовой модели объясняется ее достаточной эффективностью, о чем свидетельствует практика применения матрицы в зарубежных фирмах и на отечественных предприятиях. Матрица способствует генерированию достаточного объективного и информативного заключения о финансовом состоянии компании и перспективах ее развития [2].

Она представляет собой стратегическую финансовую модель, использующую в своей основе три основополагающих категории финансового менеджмента (таблице 1).

Таблица 1. Параметры матрицы финансовых стратегий Франсона и Романа

Категория	Краткое обозначение	Формула расчета
РХД	Результат хозяйственной деятельности.	Прибыль до, уплаты процентов и налогов - Изменение Финансово-эксплуатационных потребностей - Производственные инвестиции + Обычные продажи имущества.
РФД	Результат финансовой деятельности.	Изменение заемных средств - Финансовые издержки по заемным средствам - Налог на прибыль - (Дивиденды + Другие доходы финансовой деятельности).
РФХД	Результат финансово-хозяйственной деятельности.	РФД + РХД

Разделение денежных потоков на денежные потоки от текущей (операционной) и финансовой деятельности позволило французским ученым-практикам Ж.Франсоном и И.Романе предложить матрицу финансовых стратегий.

В их матрице значения результата финансово-хозяйственной деятельности комбинируются с различными значениями результата хозяйственной деятельности, и все это, естественно, в корреляции с темпами роста оборота. Матрица помогает спрогнозировать «критический путь» предприятия на ближайшие годы, наметить допустимые пределы риска и выявить порог возможностей предприятия.

В каждом квадрате видна сумма РХД (результат хозяйственной деятельности) и РФХД (результат финансово-хозяйственной деятельности). РФХД показывает величину и динамику денежных средств предприятия после совершения всего комплекса инвестиционно-производственной и финансовой деятельности фирмы. Положительная величина результата финансово-хозяйственной деятельности дает основание утверждать, что в деятельности фирмы имеет место превышение доходов фирмы над ее расходами. Идеальный вариант — это колебания с еще меньшей амплитудой.

	$РФД < 0$ (торможение)	$РФД = 0$ (стабилизация)	$РФД > 0$ (ускорение)
$РХД > 0$ (замедленный режим роста)	$РФХД = 0$ 1	$РФХД > 0$ 4	$РФХД > 0$ 6
$РХФ = 0$ (оптимальный режим роста)	$РФХД < 0$ 7	$РФХД = 0$ 2	$РФХД > 0$ 5
$РХД < 0$ (форсированный режим роста)	$РФХД < 0$ 9	$РФХД < 0$ 8	$РФХД = 0$ 3

Рис. 1. Матрица Ж.Франсона и И.Романе

Таким образом, на основе вышесказанного можно сделать следующие выводы:

1. Диагональ АВ характеризует сбалансированность притоков и оттоков денежных потоков и соответствует оптимальному финансовому потенциалу компании и его использованию.

2. Над диагональю АВ - зона успехов - зона положительных значений аналитических показателей, которая характеризует избыток поступления денежных средств и отражает высокий уровень финансового потенциала компании, но недостаточно эффективное его использование.

3. Под диагональю АВ - зона дефицитов - зона отрицательных значений аналитических показателей. Это ситуация характеризует недостаточность финансового потенциала компании.

В качестве иллюстрации данного подхода к оценке использования финансового потенциала могут быть рассмотрены результаты финансово-хозяйственной деятельности ООО «КАРИ» на основе анализа денежных потоков, приведенные в таблице 2.

Таблица 2. Результаты финансово-хозяйственной деятельности ООО «КАРИ»

Показатель	Год			Сравнение с нулем (<, =, >)		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
1.РХД	-2 436 576	7 480 234	- 9 292 839	< 0	> 0	< 0
2.РФД	4 005 400	-3 217 710	7 846 186	> 0	< 0	> 0
РФХД	1 568 824	4 262 524	- 1 446 653	< 0	> 0	< 0
Положение на матрице				граница 8 и 3	граница 1 и 2	граница 8 и 3

В этом примере изменение показателя РФХД в динамике за период с 2015 по 2017 годы показывает, что его уровень соответствует диагонали матрицы Франсона и Романэ. Это свидетельствует достаточно высокому уровню использования финансового потенциала, а его уровень соответствует потребностям компании.

Таким образом, использование матрицы финансовых стратегий Франсона и Романе не только позволяет провести диагностику стратегической финансовой позиции компании, но и

оценить использование ее финансового потенциала (КФП). Очевидна необходимость, с точки зрения оценки использования финансового потенциала, перехода от абсолютных показателей РФХД к относительным параметрам, что позволит проводить сравнительный анализ этого параметра в динамике или по отношению к другим компаниям. Такая модель может быть представлена следующей зависимостью [1]:

$$\text{КФП} = \frac{\text{РФХД}}{\text{СК} + \text{ЗК}}, \quad (1)$$

где СК – собственный капитал компании, ден. ед.;

ЗК - заёмный капитал компании, ден. ед.;

Предлагаемый показатель использования финансового потенциала на основе оценки денежных потоков с использованием матрицы Франсона и Романэ требует апробации на основе получения статистической выборки и разработки предложений по оценке этого параметра.

Список литературы

1. Антонов А.П., Генералова А.В. Дружинина И.А., Современные методы финансового менеджмента: электронное учебное пособие – М.: ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. – 105с.
2. Дружинина И.А., Антонов А.П., Белгородский В.С., Генералова А.В. Современные инструменты управления финансовым состоянием предприятия. М.: ФГБОУ ВО МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2016-158с.

УДК 338.23

СРАВНЕНИЕ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ И ИРАНЕ A COMPARISON OF THE IMPORT SUBSTITUTION POLICY IN RUSSIA AND IRAN

**Зернова Людмила Евгеньевна
Zernova Liudmila Evgenievna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: dekfem@mail.ru)*

Аннотация: Рассмотрены особенности политики импортозамещения в России и Иране. Систематизированы основные этапы и виды экономики сопротивления в Иране. Выявлены отличия политики импортозамещения России от экономики сопротивления Ирана.

Abstract: The features of import substitution policy in Russia and Iran are considered. The main stages and types of the resistance economy in Iran are systematized. Differences of the import substitution policy of Russia from the economy of resistance of Iran.

Ключевые слова: политика импортозамещения, экономические санкции, экономика сопротивления

Keywords: import substitution policy, economic sanctions, resistance economy

Рассмотрение опыта импортозамещения и экономики сопротивления Ирана, особенно их эффекта на создание конкурентных преимуществ в экономической среде позволит нам шире и глубже понять потребности (нужды) современного экономического общества [1,2].

Иран - индустриальная страна с развитой нефтяной промышленностью. Имеются нефтеперерабатывающие, нефтехимические предприятия. В Иране добываются нефть, уголь, газ, медные, железные, марганцевые и свинцово-цинковые руды. Развито и широко

представлено машиностроение и металлообработка, пищевая и текстильная промышленность, а также кустарное производство ковров. Важнейшими сельскохозяйственными культурами являются пшеница, ячмень, рис, бобовые, хлопчатник, сахарная свекла, сахарный тростник, табак, чай, орехи, фисташки. Животноводство основано на разведении овец, коз, верблюдов, крупного рогатого скота. Иран занимает второе место в мире по добыче нефти среди стран ОПЕК. Он является одной из богатейших стран из списка стран по доказанным запасам нефти и самой богатой страной по доказанным запасам природного газа. С 2008 года Иран торгует своей нефтью на собственной бирже в евро и риалах. По данным британской нефтегазовой компании «BP», в 2016 году Иран владел 158,4 млрд. баррелями (9,3% от всех доказанных запасов нефти в мире), уступая Венесуэле, Саудовской Аравии и Канаде. По данным британской нефтегазовой компании «BP», в 2016 году Иран владел 33,5 триллионами кубических метров газа (18% от всего доказанного запаса мирового газа). Иран является крупнейшей экономикой Среднего Востока, уступая в Азии по объёму ВВП только Китаю, Японии, Индии, Турции, Южной Корее, Индонезии и Саудовской Аравии. Иран имеет положительный торговый баланс 73 % (экспорт — 131,8 млрд. долларов импорт — 76,1 млрд. долларов). В таблице 1 мы рассмотрим экономические показатели России, Венесуэлы и Ирана. Эти три страны похожи с точки зрения зависимости от экспорта нефти, нефтепродуктов и сырья. При этом эти три страны находятся под различными санкциями со стороны западных стран.

Таблица 1 – Экономические показатели России, Ирана и Венесуэлы

Показатели	Иран	Россия	Венесуэла
Население	81 млн.	144,5 млн.	31,5 млн.
ВВП номинал	419 млрд. долларов	1283 млрд. долларов	482 млрд. долларов
ВВП (ППС)	1 601 млрд. долларов	3 636 млрд. долларов	541 млрд. долларов
ВВП номинал на душу населения	5 219 долларов	8 748 долларов	15 692 долларов
ВВП (ППС) номинал на душу населения	19 948 долларов	24788 долларов	17 600 долларов
Доказанные запасы нефти	158,4 млрд. баррелей 4-е место в мире 9,3% от всего мира	109,5 млрд. баррелей 8-е место в мире 6,4% от всего мира	300,9 млрд. баррелей 1-е место в мире 17,6% от всего мира
Доказанные запасы природного газа]	33,5 триллион кубических метров 1-е место в мире 18% от всего мира	32,3 триллион кубических метров 2-е место в мире 17,3% от всего мира	5,7 триллион кубических метров 8-е место в мире 3,1% от всего мира
Доля экспорта нефти и нефтепродуктов от всего экспорта страны	42,22%	58,1%	94,95%
Доля экспорта природного газа от всего экспорта страны[4,72%	10,9%	Данные отсутствуют

В последние годы после резкого падения цен на нефть Венесуэла переживает экономический кризис, гиперинфляцию и много тысячекратную девальвацию.

В современном мире западные страны, чьи совокупные ВВП больше 50% мирового ВВП, например, такие как США, ЕС, Канада, Австралия, Япония довольно часто принимают различные санкции в отношении других стран для достижения своих экономических целей в рамках недобросовестной конкуренции [3.4,5]. В 2017 году OFAC- Управление по контролю за иностранными активами министерства финансов США (Office of Foreign Assets Control) ввело экономические санкции против руководства Боливарианской Республики Венесуэлы и руководства нефтяной компании страны PDVSA (Petroleosde Venezuela). Позже Европейская комиссия ввела аналогичные целевые санкции. Ситуация для Венесуэльской экономики

стала еще хуже, когда в середине 2017 года OFAC ввел финансовую санкцию на выпуск, куплю-продажу облигаций Боливарианской Республики Венесуэлы и её нефтекомпании PDVSA. Эти санкции казались не такими серьезными, и в принципе Венесуэла должна была обслуживать свой большой внешний долг по облигациям (60 млрд. долларов), но с ноября 2017 года до начала 2018 года все купонные выплаты по этим бондам (более 1,7 млрд. долларов) оказались замороженными. И хотя Венесуэла и PDVSA выполняли свои обязательства по облигациям, но при этом их денежные средства заморозились и не дошли до инвесторов, и поэтому их облигации находятся в состоянии дефолта[. Это простой пример того, как элементарная санкция может привести к серьезным косвенным отрицательным рискам. Надо обратить внимание на то, что экспорт нефти Венесуэлы тесно зависит от американских НПЗ, которые импортируют более 50% от всего венесуэльского нефтяного экспорта. В сложившейся ситуации руководство страны решило дедолларизировать экономику Венесуэлы, найти новые рынки сбыта своей нефти и перейти на другие валюты для расчетов, например, евро и китайский юань. В феврале 2018 года правительством Венесуэлы выпущена криптовалюта elpetro. Она подкреплена запасами нефти и полезными ископаемыми страны. Elpetro поможет Венесуэле преодолеть финансовые ограничения и обходить санкции США. Elpetro создает условия доступа к международному финансированию для Венесуэлы и ее нефтяного сектора. Правительство Венесуэлы заявляло, что оно поможет бюджету получить новые источники поступления и нарастить «денежный суверенитет».

Много лет особое внимание уделяется диверсификации иранской экономики. Для успешного импортозамещения и достижения разумного уровня производства руководство Ирана активно поддерживало отечественных бизнесменов и инвесторов. С целью стимулирования инвестиций с начала 1990 года было сделано следующее:

1. Созданы и получили развитие индустриальные городки (промышленные парки).
2. Произошло развитие банковского сектора. Развитие безналичных платежей и расчетов, создание собственных пластиковых карт привело к общедоступности банковских услуг для всех слоев населения. Например, в любом учреждении Ирана принимают банковские карты. Банковские переводы в пределах Ирана совершаются бесплатно и мгновенно. В любой точке Ирана без каких либо документов можно снимать деньги в банке с помощью отпечатка пальца (дактилоскопия) и совершенно бесплатно.
3. Разработаны системы доступных кредитов и финансирования. Созданы программы кредитования и финансирования для молодых инженеров и врачей с господдержкой и низкими процентными ставками. Также льготное кредитование и господдержка затронули сельскохозяйственный сектор экономики.
4. Созданы различные программы поддержки иранской автомобильной промышленности: с помощью выдачи потребительских кредитов с низкими процентными ставками, ввода больших налогов и таможенного сбора для импорта иностранных легковых автомобилей (более 100% от стоимости автомобиля), а также запрет на ввоз легковых автомобилей старше 4-х лет.
5. Освобождены от налога все малые и средние индустриальные предприятия, и создана система поддержки в размере 60% от страховых и пенсионных (социальных) взносов сотрудников и работников всех отраслей тяжелой промышленности, малых и средних индустриальных предприятий.
6. Созданы и получили развитие свободные экономические зоны (СЭЗ).. На территории СЭЗ нет никаких ограничений по валютным операциям, можно беспрепятственно ввозить и вывозить любую сумму в любой иностранной валюте. Пошлин и ограничений на ввоз и вывоз валюты с территории СЭЗ не существует. Свободные экономические зоны в Иране имеют свою специализацию. Таким образом, иностранным предприятиям, желающим инвестировать средства в проекты, являющиеся приоритетными для данной СЭЗ, будут предоставляться дополнительные льготы. Например: Свободная Экономическая Зона «Киш» специализируется на туризме, инновационных технологиях и банковских операциях.

Инвесторам, которые начинают реализацию проектов по одному из указанных направлений, предоставляется ряд льгот, в частности, земля под строительство отводится по льготным ставкам со значительными скидками. В Иране действуют 7 свободных экономических зон.

7. Создание и развитие особых экономических зон: (19 особых экономических зон).

8. Отмена субсидий по «плану реформ субсидий Ирана». Он был принят иранским парламентом 5 января 2010 года. Целью «плана реформ субсидий» была замена 80% от общей суммы субсидии на продукты питания и энергоносители с адресной социальной помощью, и движение в направлении свободных рыночных цен в течение 5 лет. «План реформ субсидий» является наиболее важной частью широкомасштабного плана экономических реформ Ирана. Также в рамках «плана реформ субсидий» часть средств зачисляется ежемесячно прямо на банковский счет каждого гражданина Ирана.

9. Развитие инфраструктуры: социальная инфраструктура, транспортная инфраструктура, инженерная инфраструктура, системы инженерно-технического обеспечения зданий и сооружений, инфраструктура экономики, совокупность отраслей и видов деятельности, обслуживающих производство и хозяйство в целом, информационная инфраструктура, система информационных организационных структур, военная инфраструктура, рыночная инфраструктура, система учреждений и организаций, банков, бирж, ярмарок, страховых компаний, консультационных и информационно-маркетинговых фирм, обеспечивающих свободное движение товаров и услуг на рынке, инновационная инфраструктура, совокупность субъектов инновационной деятельности: научно-исследовательские институты, учреждения высшего профессионального образования, инновационно-технологические центры, технологические парки, особые экономические зоны, центры коллективного пользования, фонды развития и другие специализированные организации ресурсов и средств, обеспечивающих материально-техническое, финансовое, организационно-методическое, информационное, консультационное и иное обслуживание инновационной деятельности.

На рисунке 1 представлена составленная нами систематизация основных этапов и видов политики импортозамещения на примере Ирана.

Таким образом, опыт импортозамещения Ирана заключается в: сокращении налоговой нагрузки и предоставлении налоговых каникул, отмене различных налогов с помощью создания индустриальных городков, особых и свободных экономических зон во всех сферах промышленности, туризма и торговли; предоставлении различных налоговых льгот для малого и среднего бизнеса. Это позволяет избежать изоляции и найти компромисс с остальным миром для развития экспорта и создания конкурентных преимуществ, укрепить экономические связи с другими странами.

Далее необходимо сравнить систему импортозамещения России с экономикой сопротивления Ирана (табл.2). Как показал проведенный анализ, отличиями политики импортозамещения России от экономики сопротивления Ирана являются:

1. Отсутствие налоговых каникул и снижение (субсидирование) социальных и страховых взносов для промышленности, малых и средних предприятий.

2. Отсутствие гибкого налогового режима НДС для работников предприятий. Отсутствует освобождение от НДС для граждан с небольшими доходами.

3. Отсутствие свободных экономических зон и планов по их созданию.

4. Отсутствие выдачи доступных кредитов и финансирования для различных отраслей экономики, в т.ч. льготное кредитование сельскохозяйственного сектора.

5. Отсутствие различных программ кредитования и финансирования молодых инженеров и врачей с господдержкой и низкими процентными ставками. При этом данные ставки значительно ниже, чем инфляция в стране в рассматриваемый период времени.

Таким образом, сравнение двух представленных и проанализированных политик показывает, что экономика сопротивления Ирана носит определенный социально-ориентированный характер, что способствует в значительной степени активизации

национальных рынков и производству продукции, активно участвующей в системе импортозамещения.

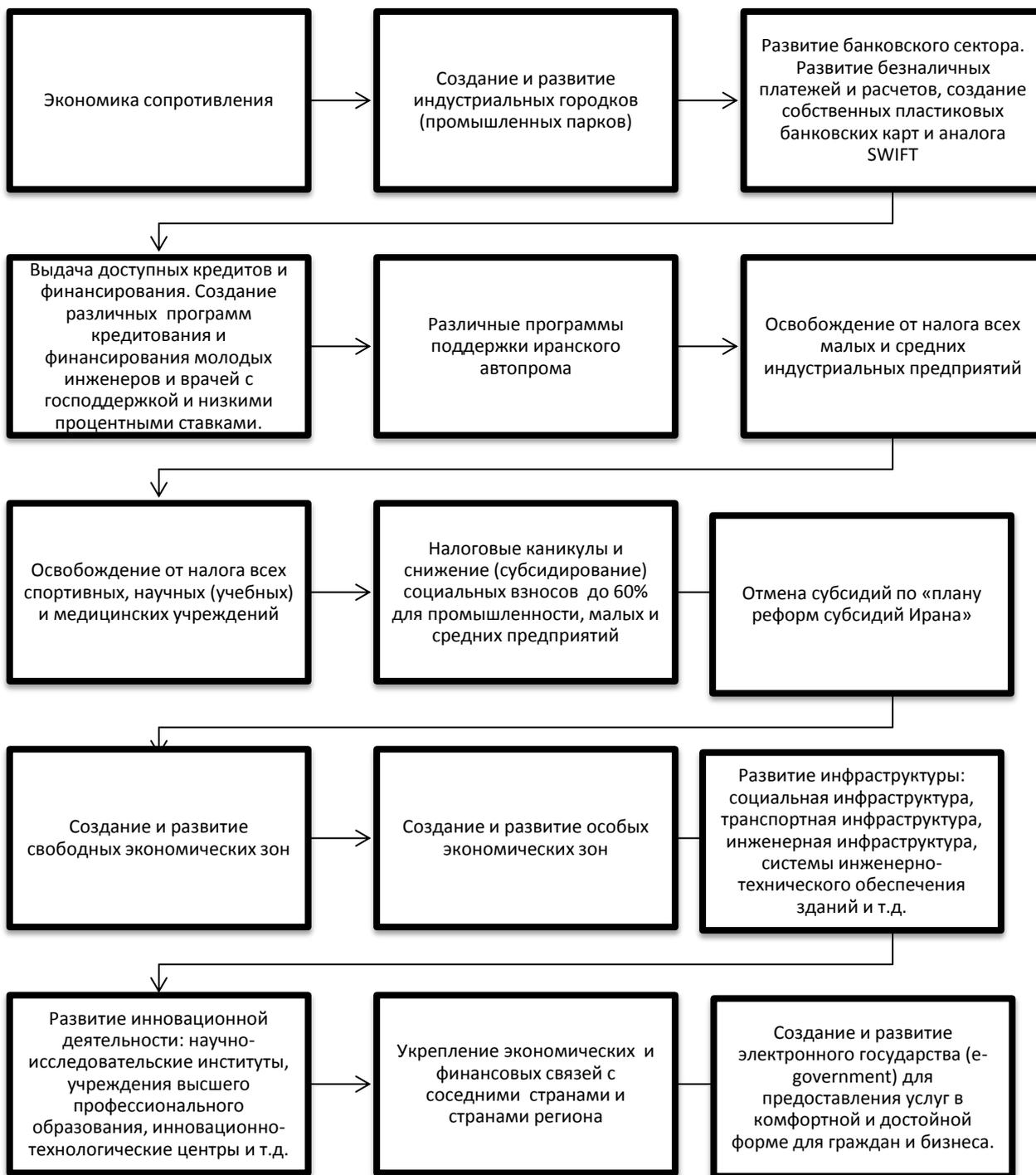


Рисунок 1 - Экономика сопротивления в Иране

Таблица 2 – Сравнение политики импортозамещения в России с экономикой сопротивления в Иране

	Описание	Иран	Россия
1	Создание и развитие промышленных городков (промышленных парков)	+	+
2	Развитие банковского сектора. Развитие безналичных платежей и расчетов, создание собственных пластиковых банковских карт и аналога SWIFT	+	+
3	Выдача доступных кредитов и финансирования. Создание различных программ кредитования и финансирования молодых инженеров и врачей с господдержкой и низкими процентными ставками (значительно ниже, чем инфляция)	+	-
4	Выдача доступных кредитов и финансирования для различных отраслей экономики в т.ч. льготное кредитование сельскохозяйственного сектора.	+	-
5	Различные программы поддержки автопрома	+	+
6	Налоговые каникулы и снижение (субсидирование) социальных взносов для промышленности, малых и средних предприятий	+	-
7	Создание и развитие свободных экономических зон	+	-
8	Создание и развитие особых экономических зон	+	+
9	Развитие инфраструктуры: социальная инфраструктура, транспортная инфраструктура, инженерная инфраструктура, системы инженерно-технического обеспечения зданий и сооружений, инфраструктура экономики, совокупность отраслей и видов деятельности, обслуживающих производство и хозяйство в целом, информационная инфраструктура, система информационных организационных структур, военная инфраструктура, рыночная инфраструктура, система учреждений и организаций, банков, бирж, ярмарок, страховых компаний, консультационных и информационно-маркетинговых фирм.	+	+
10	Развитие инновационной деятельности: научно-исследовательские институты, учреждения высшего профессионального образования, инновационно-технологические центры, технологические парки, особые экономические зоны, центры коллективного пользования, фонды развития и другие специализированные организации ресурсов и средств, обеспечивающих материально-техническое, финансовое, организационно-методическое, информационное, консультационное и иное обслуживание инновационной деятельности.	+	+
11	Укрепление экономических и финансовых связей с соседними странами и странами региона.	+	+
12	Создание и развитие электронного государства (e-government) для предоставления услуг в комфортной и достойной форме для граждан и бизнеса.	+	+

Список литературы

1. Зернова Л.Е., Фарзаниан М. О некоторых аспектах политики импортозамещения в России и Иране // Сборник научных трудов : к 110-летию профессора Теодора Борисовича Поляка. - Московский государственный университет дизайна и технологии. - Москва, - 2016. - с. 74-80.
2. Зернова Л.Е., Фарзаниан М. Анализ опыта импортозамещения в Иране // Инновационная наука. 2016. № 03-1. С. 105.
3. Зернова Л.Е., Фарзаниан М. К вопросу о разработке классификации санкций и рисков из-за введения санкций // Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции - Научный центр «Диспут». - 2015. - с. 60-62.
4. Зернова Л.Е., Фарзаниан М. Россия и Иран: влияние санкций на банковскую систему страны // Инновационная наука. - 2015. - Т. 1. - № 1-2.- с. 127-131.
5. Зернова Л.Е., Фарзаниан М. Классификация санкций и рисков из-за введения санкций // Инновационные технологии управления и права. - 2014. - № 3 (10).

**ЭЛЕМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА
ОРГАНИЗАЦИИ
ELEMENTS OF FORMATION OF THE MANAGEMENT ACCOUNTING SYSTEM OF
THE ORGANIZATION**

**Зотиков Алексей Александрович
Zotikov Aleksey Aleksandrovich**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: zotikov@mail.ru)*

Аннотация: Приведены результаты исследования в части формирования элементов системы управленческого учета, как обособленных процессов по ряду учетных участков и как совокупности всей производственно-экономической деятельности предприятия. Предложен примерный перечень составных элементов этой системы, в частности, включающий учет финансовых результатов, планирование расходов, контролируемые показатели, нормативные значения, контроль отклонений показателей бюджетов.

Abstract: The results of the study are presented in terms of the formation of elements of the management accounting system, as separate processes for a number of accounting sections and as a combination of the entire production and economic activity and enterprise. An exemplary list of the constituent elements of this system is proposed, in particular, including the accounting of financial results, cost planning, controlled indicators, standard values, and control of deviations of budget indicators.

Ключевые слова: затраты, нормативные значения, калькулирование, учет, учетные участки

Keywords: costs, standard values, calculation, accounting, accounting areas

Каждая организация, формирующая информационные потоки для линейного и функционального руководства бизнес-процессами, осуществляет управленческий учет. При этом на формы организации управленческого учета влияют сложившиеся традиции управления разными видами деятельности, включая производственные, хозяйственные, экономические, инновационные и административные. Кроме того, влияют особенности состава хозяйственных операций, применяемые методы их учета и характер фиксирования по соответствующим учетным участкам на предприятии. При этом на предприятии внутри каждого участка может быть разный набор элементов управленческого учета. Возникает вопрос: необходимо ли формирование системы управленческого учета организации? Ответ на него зависит от многих факторов, начиная с компетентности специалистов, осознания влияния качества управленческого учета на финансовые результаты, соблюдения учетной политики предприятия [1] и заканчивая необходимостью максимизации прибыли путем реализации новых механизмов контроллинга [2]. Важен систематизированный контроль затрат для снижения бизнес-рисков, характерных для соответствующих учетных участков.

Формирование системы управленческого учета организации можно осуществлять силами работников самого предприятия или же обратиться за помощью к консультантам консалтинговых компаний. Задача разработчиков этой системы состоит в определении ее элементов и их иерархии на основе анализа значимости выявленных элементов по каждому учетному участку. Иерархия элементов системы управленческого учета выстраивается при выделении роли и характера взаимосвязей самих учетных участков с их элементами управленческого учета, которые следует дифференцировать по степени сложности, а также в разрезе производственно-хозяйственных событий организации.

Элементы, представленные в системе управленческого учета, могут быть ориентированы на конкретные современные функции управления: организовывание, планирование, контролирование, учет, нормирование, принятие решений, координирование и коммуникационное конструирование. Формирование системы управленческого учета, обладающей рядом заданных признаков и свойств, должно происходить исходя из набора приоритетных элементов с соблюдением условия, что он должен соответствовать решению поставленных задач. Разработчикам системы управленческого учета конкретной организации надо представлять ситуации, связанные с влиянием на процессы управленческого учета возможных сочетаний разных элементов, комплектуемых посредством целенаправленного сбора из их состава по ряду учетных участков.

Первоначально при построении общей иерархии элементов системы управленческого учета и при выборе из их состава тех, что будут использоваться на соответствующих учетных участках, можно ориентироваться, в частности, на следующий примерный перечень составных элементов:

- бюджетирование бизнес-процессов;
- внутренняя управленческая отчетность;
- документирование информации (регистры учета, расчеты и др.);
- инновационно-инвестиционное планирование;
- информационное обеспечение анализа и принятия управленческих решений;
- информационное обеспечение подразделений;
- информационное обеспечение центров ответственности;
- калькулирование;
- контролируемые показатели;
- контроль отклонений показателей бюджетов;
- нормативные значения;
- первичные документы управленческого учета;
- планирование выпуска и продаж;
- планирование расходов;
- показатели по труду;
- показатели управленческого учета;
- прогнозирование доходов;
- регламенты;
- способы обработки информации;
- учет арендных платежей;
- учет единовременных затрат (инвестиций);
- учет обязательных удержаний (налоги, платежи и сборы);
- учет процентов за предоставление кредитов, ссуд;
- учет текущих издержек (расходов);
- учет финансовых результатов;
- учетные процедуры сбора информации;
- учетные регистры для группировки данных;
- учетные сведения по сегментам бизнес-процесса;
- формы представления информации пользователям разного уровня;
- формы управленческой отчетности;
- центры (зоны) ответственности.
- эффективность работы подразделений;

Из этих элементов системы управленческого учета формируются наборы элементов для конкретных учетных участков с учетом их специфики. Организация учета на основе дифференциации элементов системы управленческого учета по соответствующим участкам позволит измерять результаты деятельности разных производственных и функциональных подразделений, оперативно выявляя нарушения, отклонения и их причины. Кроме того,

своевременно принимать меры по устранению этих причин, нормализации деятельности этих подразделений и предприятия в целом.

Важно выбрать ключевые элементы управленческого учета, отличающиеся признаками приоритетности и взаимосвязанности. К этим элементам управленческого учета можно отнести следующие: нормативы, инвестиции, расходы, доходы, бюджеты, налоги, платежи и сборы. Одним из примеров взаимосвязи ключевых элементов управленческого учета является планирование доходов и расходов, когда без использования существующих или формирования новых нормативов невозможно выполнить распределение и расходование денежных средств. Другой пример, когда учет затрат и калькулирование, относящиеся к элементам управленческого учета, соединяют информационные составляющие этого вида учета с финансовым учетом.

Важным моментом для элементов управленческого учета является определение их учетных периодов, то есть продолжительности времени, по окончании которого информация передается по линии иерархии и значения контролируемых показателей становятся доступными для пользователей, имеющих разграниченный доступ к соответствующим блокам информации. Так, с сокращением учетных периодов повышается оперативность управленческого учета. При этом следует учитывать, что выбор коротких учетных периодов способствует усложнению процедур управленческого учета, увеличению его трудоемкости и повышению требований к уровню компетенций, интенсивности труда работников, занятых в учетных участках и подготовкой сводной информации по учету.

Таким образом, в зависимости от целевого назначения, от специфики решаемых управленческих задач, особенностей бизнес-процессов, организационной структуры должна формироваться система управленческого учета, обладающая определенным составом элементов, комбинация которых влияет на виды ее подсистем. Так, эта система может включать ряд подсистем, которые в зависимости от их характера и предназначения могут принимать разный вид. Например, это может быть подсистема одного из видов: операционная; затратная; нормативная; калькуляционная; инновационная. Или же быть консолидированной, представляя собой определенное сочетание этих видов для решения задач интеграционного, стратегического, систематического и проблемного характера.

Учетные участки с их характерными элементами по-разному встраиваются в систему управленческого учета организации, и, соответственно, применяемые системы управленческого учета на предприятиях имеют свои особенности и разную степень ее рациональности. При мониторинге этих систем важно оценивать рациональность их создания и эффективность функционирования в зависимости от оптимальности набора элементов самой системы.

Список литературы

1. Ливадина С.П. Проблемы формирования учетной политики в современных условиях./Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы: Сборник научных трудов / под редакцией Мишакова В.Ю., Зерновой Л.Е.. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н.Косыгина», 2018. – 214 с., с.140-143.
2. Нечехина Н.С., Полозова Н.А., Буянова Т.И. Контроллинг как механизм успешной трансформации промышленности в цифровую экономику./ В книге: Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. Под редакцией А.В. Бабкина. – Санкт-Петербург, 2017. – С. 256-277.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЁТ INVESTMENT MANUFACTURING AND MANAGEMENT ACCOUNTING

Зотикова Ольга Николаевна, Дембицкий Сергей Геннадьевич
Zotikova Olga Nikolaevna, Dembitsky Sergei Gennadyevich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: zotikovaon@mail.ru; umolegprom@mail.ru)

Аннотация: Приведены результаты исследования инвестиций в основной капитал и влияние этого на изменение экономических производства текстильных изделий и производства одежды в Российской Федерации. Подчеркнута необходимость трансформации управленческого учета в сторону усиления поиска резервов по обновлению оборудования за счет собственных денежных средств организаций.

Abstract: The results of the study of investments in fixed assets and the impact of this on the change in the economic production of textiles and clothing in the Russian Federation are presented. The necessity of transformation of management accounting in the direction of enhancing the search for reserves for updating equipment at the expense of organizations' own funds was underlined.

Ключевые слова: импортозамещение, объемы инвестиций, производство текстильных изделий, производство одежды

Keywords: import substitution, investment volumes, production of textiles, clothing

Развитие предприятий, включая текстильные и швейные, зависит от ряда факторов и в основном от инвестиционных возможностей при реализации инновационных проектов, связанных с созданием новых производств, техническим перевооружением действующих предприятий и обновлением их ассортимента продукции в процессе перепрофилирования.

Инвестиции в основной капитал в соответствии со статистической терминологией [1, с.184] представляют собой совокупность затрат, направленных на строительство, реконструкцию (включая расширение и модернизацию) объектов. В состав инвестиций в основной капитал в соответствии с методическими указаниями по подготовке статистической отчетности [1, с.184] включаются затраты, осуществленные за счет денежных средств граждан и юридических лиц, привлеченных организациями-застройщиками для долевого строительства.

Можно заметить, что по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство инвестиции в основной капитал сократились с 21 млрд.руб. в 2014 г. до 9,5 млрд.руб. в 2016 г. [1, с. 428]. Этот спад инвестирования был в значительной мере обусловлен снижением интереса инвесторов к вложению инвестиций в основной капитал, связанного с развитием российской индустрии текстильных и швейных производств.

Объемы инвестиций в основной капитал за 2016 г. и 2017 г. в целом по РФ, по организациям обрабатывающего производства, а также по экономическим видам деятельности производства текстильных изделий и производства одежды приведены в таблице 1 [2, с.288].

При достаточно высокой инвестиционной поддержке за ретроспективные 2005-2015 годы наблюдался рост оборота организаций [3, с. 319], как представлено в таблице 2. Оборот организаций при неизменном наращивании [5, 6] в 2015 году относительно 2005 года по виду экономической деятельности текстильного и швейного производства вырос в 2,8 раза.

Таблица 1. Инвестиции в основной капитал

	млрд. руб. (в фактически действовавших ценах) <i>Bln. roubles</i> (at current prices)	в процентах к итогу <i>Percent of total</i>	в процентах к предыдущему году <i>Percent of previous year</i>
Всего	12256,3	100	104,2
обрабатывающие производства	2014,7	16,4	99,2
из них:			
производство текстильных изделий	11,6	0,1	139,9
производство одежды	2,0	0,02	146,3

Таблица 2. Оборот организаций (в фактически действовавших ценах)¹⁾

Виды экономической деятельности	2005	2008	2010	2014	2015	2016	2017**
Всего в экономике, млрд. руб.	36459,5	74180,9	81196,1	129195,0	141547,3	149320,2	158778,0
в том числе обрабатывающие производства, млрд. руб.	9777,5	17113,7	18761,4	32019,6	34687,2	36716,8	40502,2
из них: текстильное и швейное производство, млрд. руб.	111,7	171,1	198,8	286,5	317,2	190,4 ²⁾ / 188,7 ³⁾	194,5 ²⁾ / 206,9 ³⁾

¹⁾ без учета деятельности финансовых организаций, ²⁾ производство текстильных изделий,
³⁾ производство одежды.

При осознании необходимости импортозамещения традиционных видов продукции, обеспечивающих национальную безопасность, наметились определенные изменения и в поведении инвесторов проектов. Так, произошло увеличение вливания инвестиций в основной капитал по состоянию за 2017 год относительно 2016 года по производству текстильных изделий и производству одежды соответственно на 39,9% и 46,3% (таблица 1).

При этом оборот организаций по этим же видам экономической деятельности за этот же период возрос с 190,4 до 194,5 млрд.руб. и с 188,7 до 206,9 млрд.руб. [1, с.315] или соответственно на 2,2% и 9,6% (таблица 2). Вместе с тем, превышение темпа роста инвестиций в основной капитал над темпами роста оборота организаций за сопоставимый период объясняется тем, что наращивание оборотов происходит по истечении определенного времени, связанного с прохождением этапов реализации проектов, подготовкой производств к эксплуатации и освоением производственных мощностей.

Основные показатели работы организаций, приведенные в таблице 3, иллюстрируют, что рассчитанные средние показатели по производству текстильных изделий и производству одежды за 2017 год [1, с. 228-229] относительно выше аналогичных показателей по виду экономической деятельности текстильного и швейного производства за 2016 год [4, с. 221].

Таблица 3. Экономические показатели текстильных и швейных предприятий

Показатели	2016	2017	
	текстильное и швейное производство	производство текстильных изделий	производство одежды
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами	344 162 ¹⁾ / 146 ²⁾	172	152
Индекс производства, в процентах к предыдущему году	105,3 104,6 ¹⁾ / 107,1 ²⁾	107,1	103,8
Среднегодовая численность работников	265	87,8	140

Показатели	2016	2017	
	текстильное и швейное производство	производство текстильных изделий	производство одежды
организаций, тыс. человек			
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн. руб.	22538	7222	14151
Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг), процентов	11	8,7	13,3

¹⁾ производство текстильных изделий,

²⁾ производство одежды.

В таблицах 4 и 5 приведены статистические данные [2, с. 309, 322, 324]., характеризующие изменение в РФ убыточных организаций при осуществлении экономической деятельности за 2005-2017 годы.

Таблица 4. Удельный вес убыточных организаций в РФ ¹⁾
(в процентах от общего числа организаций)

Виды экономической деятельности	2005	2007	2008	2009	2010	2017
Всего в экономике	36,4	25,5	28,3	32,0	27,8	31,9
Обрабатывающие производства	36,6	26,2	29,2	34,7	27,9	28,5
- текстильное и швейное производство	43,1	29,2	31,1	36,9	30,5	26,8
						28,1 ²⁾ / 26,2 ³⁾

¹⁾ по данным бухгалтерской отчетности, ²⁾ производство текстильных изделий,

³⁾ производство одежды.

Удельный вес убыточных организаций, как видно из сведений таблицы 4, в 2017 году по организациям по видам экономической деятельности снизился как в целом по России, так и по обрабатывающим производствам, включая текстильное и швейное производство. В частности, в 2017 году удельный вес убыточных организаций по производству текстильных изделий составил 28,1% и по производству одежды 26,2%. Среднее их значение по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство, достигшее 26,8% в 2017 году, меньше, чем 43,1% в 2005 году. Это иллюстрируют положительные сдвиги в экономике РФ и организаций обрабатывающих производств, включая текстильные и швейные.

Таблица 5. Число убыточных организаций и сумма убытка ¹⁾

Виды экономической деятельности	2005		2009		2010		2017	
	Число убыточных организаций	Сумма убытка, млн. руб.	Число убыточных организаций	Сумма убытка, млн. руб.	Число убыточных организаций	Сумма убытка, млн. руб.	Число убыточных организаций	Сумма убытка, млн. руб.
Всего в экономике	39406	447695	25147	1420117	17764	792812	1519875	5042249
в том числе: обрабатывающие производства,	6969	90354	5451	497700	3898	249294	99664	1205247
из них: текстильное и швейное производство	578	3501	261	5675	181	4620	-	-
							2164 ²⁾ / 4192 ³⁾	2905 ²⁾ / 1289 ³⁾

¹⁾ по данным бухгалтерской отчетности, ²⁾ производство текстильных изделий,

³⁾ производство одежды.

Однако, число убыточных организаций и суммы убытка, как видно из таблицы 5, к 2017 году относительно предшествующих лет выросло как по организациям РФ, так и обрабатывающих производств. Следует отметить, что рост числа убыточных организаций происходил на фоне увеличения общего числа организаций. Поэтому правильнее делать выводы на основе данных таблицы 4. Суммы убытка в стоимостных значениях, представленные в таблице 5, неправомерно сравнивать по указанным годам, так как их следует приводить в сопоставимый вид к конкретному базовому году с учетом изменяющихся факторов, включая уровни цен и номенклатурный профиль выпускаемых видов продукции, выполняемых работ и оказываемых услуг.

По виду экономической деятельности текстильное и швейное производство претерпело уменьшение в 2017 г. относительно 2005 г., 2009 г., 2010 г. удельного веса убыточных организаций (таблица 4), числа убыточных организаций и суммы убытка (таблица 5). На фоне этого наблюдалось, как показали статистические данные [2, с. 309, 324, 331, 333], увеличение рентабельности продукции и активов (таблица 6). Это происходило даже в противовес тому, что значения этих видов рентабельности всего по экономике РФ и обрабатывающих производств снизились в 2017 году относительно предшествующих аналогичных лет, по которым проводилось сравнение экономических показателей.

Таблица 6. Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) и активов организаций¹⁾ (в процентах)

Виды экономической деятельности	2005		2009		2010		2017	
	Рентабел	Рентабел	Рентабел	Рентабел	Рентабел	Рентабел	Рентабел	Рентабел
	Ь-ность проданных товаров, продукции (работ, услуг)	Ь-ность активов	Ь-ность проданных товаров, продукции (работ, услуг)	Ь-ность активов	Ь-ность проданных товаров, продукции (работ, услуг)	Ь-ность активов	Ь-ность проданных товаров, продукции (работ, услуг)	Ь-ность активов
Всего в экономике	13,5	8,8	10,8	5,5	11,4	6,8	6,7	3,8
Обрабатывающие производства	15,3	11,9	13,4	6,1	14,3	7,8	10,9	4,4
текстильное и швейное производство	2,7	1,0	5,7	-0,4	5,4	0,8	8,3 ²⁾ / 7,7 ³⁾	5,2 ²⁾ / 8,8 ³⁾

¹⁾ без субъектов малого предпринимательства, ²⁾ производство текстильных изделий,

³⁾ производство одежды.

По данным статистической отчетности, представленной в таблице 7 [3, с. 336; 2, с.345], уровень использования среднегодовой производственной мощности организаций в 2017 году относительно 2005 года и других предшествующих ему лет, колебался, как и ранее [6]. Диапазон колебания этого показателя, как видно из таблицы 7, составлял от 70% по тканям хлопчатобумажным суровым в 2005 году до 14,7% по тканям льняным суровым в 2017 году.

Таблица 7. Уровень использования среднегодовой производственной мощности организаций по выпуску отдельных видов продукции в 2005-2017 гг.¹⁾

Вид экономической деятельности: текстильное и швейное производство

(в процентах)

Виды продукции	2005	2008	2010	2014	2015	2016	2017
Ткани хлопчатобумажные суровые	70	67	62	63,3	62	64,2	45,5
Ткани шерстяные готовые	24	33	25,9	26,0	24,1	23,3	21,6
Ткани льняные суровые	38	36	25,8	33,2	37,8	41,7	14,7
Изделия трикотажные чулочно-носочные	57	64	68,8	51,0	49,7	46,7	48,4
Трикотажные изделия или вязаные	51	53	61,7	72,3	62,1	63,0	63,1

¹⁾ Без субъектов малого предпринимательства.

Выводы. Считаем, что текстильные и швейные предприятия имеют значительный потенциал для увеличения объемов выпуска продукции. Низкий уровень использования среднегодовой производственной мощности организаций по производству текстильных изделий и производству одежды объясняется сокращением поставок текстильного сырья в Россию. В связи с этим необходимо активизировать деятельность по наращиванию объемов инвестиций в основной капитал организаций, от которых зависит усиление и расширение имеющейся сырьевой базы отечественных производителей, включая производство химических волокон и нитей [7], а также проводить маркетинговые исследования [8], развитие новых направлений, способствующих расцвету текстильной индустрии в РФ.

При этом следует опираться на элементы сочетания традиционной культуры и инновационно-культурной среды, которые целесообразно оценивать как конкурентные преимущества страны. Сюда можно отнести более глубокие, чем на Западе, традиции коллективизма и соборности как единства интересов личности, народа и государства. Накопленные национальные традиции могут позитивно служить производственным коллективам и в целом обществу, способствуя его гуманизации, инновационному развитию, модернизации экономики организаций и страны в целом. При управленческом учете, пронизывающим производственно-хозяйственную деятельность каждой организации, важно применять современные технологии, основанные на специальных программных средствах, процессно-ориентированных инструментах контроллинга [9] и достижениях цифровой экономики. Важно решение задач разработки и реализации новых систем управленческого учета в организациях или трансформации действующих, что отразится на поиске резервов по обновлению оборудования за счет собственных денежных средств, на предупреждении банкротства [10] и на повышении конкурентоспособности продукции предприятий.

Можно ожидать, что рост инновационной активности работников [11], совершенствование управленческого учета в организациях будет способствовать улучшению качества производимых видов продукции при одновременном снижении издержек их производства. Кроме того, необходимо вливание значительных инвестиций как в развитие сырьевой базы текстиля, так и для повышения загрузки его производственных мощностей. Всемерно следует поддерживать импортозамещение [12] тех видов тканей и одежды, которые традиционно известны и популярны у населения, но развивать новые направления индустрии российского текстиля и моды, расширяя реальные возможности текстильных и швейных предприятий в интересах населения соответствующих регионов и в целом повышения экономического благополучия российского общества.

Список литературы

1. Россия в цифрах. 2018: Крат.стат.сб./Росстат – М., 2018 – 522 с.
2. Российский статистический ежегодник. 2018: Стат.сб./Росстат. – М., 2018 – 694 с.
3. Российский статистический ежегодник. 2017: Стат.сб./Росстат. – М., 2017 – 686 с.
4. Россия в цифрах. 2017: Крат.стат.сб./Росстат – М., 2017 – 511 с.
5. Зотикова О.Н. Фрагмент обзора экономической деятельности: текстильное и швейное производство РФ./ Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы: Сборник научных трудов/под редакцией Мишакова В.Ю., Зерновой Л.Е. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н.Косыгина», 2018. – 214 с., с. 81-87.
6. Зотикова О.Н., Ковалева О.Н. Оборот организаций и рентабельность по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство. /Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – 286 с., с. 181-183.
7. Ларионова А.А., Зотикова О.Н. Исследование финансово-экономического положения российских предприятий химических волокон.//Ж. Химические волокна, 2017, №6. –С.59-64.
8. Зотикова О.Н., Исааков Г.С. Комплекс В2В маркетинга в условиях импортозамещения химических волокон.//Ж. Химические волокна, 2017, №5. – С. 60-64.

9. Зотикова О.Н., Ковалева О.Н. Контроллинг как процессно-ориентированный инструмент системы управленческого учета./ Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы: Сборник научных трудов/под редакцией Мишакова В.Ю., Зерновой Л.Е. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н.Косыгина», 2018. – 214 с., с. 88-94.
10. Баранова М.В., Зотикова О.Н. Методы контроля с целью предупреждения банкротства./Актуальные вопросы в науке и практике: Сборник статей по материалам X международной научнопрактической конференции (18 сентября 2018 г., г. Самара)./– Уфа: Изд. НИЦ Вестник Науки, 2018 – 277 с., с. 83-90.
11. Зотикова О.Н., Дембицкий С.Г., Ларионова А.А. Инновационная деятельность организаций как инструмент их экономического роста. /Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – 286 с., с. 178-180.
12. Дембицкий С.Г., Зотикова О.Н. Проблемы инвестирования при организации выпуска импортозамещающей продукции./ Современные задачи инженерных наук [Текст]: сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного научно-технического Форума «Первые международные Косыгинские чтения» (11-12 октября 2017 года). – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – 328 с., с.116-120.

УДК 657.471

**ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ КОНТРОЛЛИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЕМ
PROBLEMS OF ADAPTATION OF CONTROLLING IN THE ENTERPRISE
MANAGEMENT SYSTEM**

**Зотикова Ольга Николаевна
Zotikova Olga Nikolaevna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: zotikovaon@mail.ru)*

Аннотация: Приведены приоритетные функции контроллинга на предприятии. Выделены основные проблемы создания адаптированной модели контроллинга в системе управления предприятием.

Abstract: The priority controlling functions in the enterprise are given. The main problems of creating an adapted controlling model in the enterprise management system are highlighted.

Ключевые слова: анализ, бизнес, контроль, процесс, структура
Keywords: analysis, business, control, process, structure

Аспекты становления, повышения действенности контроллинга приобретают все большую популярность в организациях, где осознали его актуальность и экономическую целесообразность. Контроллинг становится все более необходимым инструментом [1, 2] для осуществления управленческой деятельности при достижении целей и обеспечении соответствующей информационной и консультационной поддержки принятия управленческих решений на предприятии. Часто контроллинг рассматривают в виде информационной поддержки процессов выработки, принятия и реализации управленческих решений. И реже ему отводится роль универсального инструментария, используемого для повышения эффективности управления.

С одной стороны, существующие технологии контроллинга многогранны, а с другой, из определенных их видов следует выбирать те, что отвечают технологическим, структурным, кадровым, социальным и поведенческим видам сопровождения разных процессов, включая контроль разработки и принятия управленческих решений.

Контроллинг способствует снижению факторов неопределенности во внутренней среде и в поведении организации. Контроллинг более правильно рассматривать как комбинированную структуру, включающую несколько взаимосвязанных участков контроллинга. В целом эта структура контроллинга предназначена для обеспечения функциональных информационных потребностей руководителей и подразделений предприятия, обоснованной поддержки принятия управленческих решений при достижении краткосрочных и долгосрочных целей организации. Функции контроллинга достаточно разнообразны и их выбор, в частности, зависит от направленности решаемых задач, от действующей организационной структуры управления, от исполнения технологических регламентов, от уровня компетентности работников и от вида экономической деятельности организации. Так, на предприятии реального сектора экономики могут быть выделены следующие приоритетные функции контроллинга:

- учетно-аналитическое сопровождение бизнес-процессов;
- координация деятельности производственных и функциональных подразделений;
- обеспечение рациональности использования ресурсов организации;
- обнаружение и устранение недочетов, ошибок в организации бизнес-процессов;
- оптимальное сочетание оперативного и стратегического разделов контроллинга;
- обеспечение информационных потребностей руководителей и специалистов при условии разграничения доступа работников к соответствующим базам данных;
- повышение эффективности принимаемых управленческих решений;
- использование инновационных технологий и автоматизации процесса принятия управленческих решений [3, 4];

определение структуры контроллинга в системе управления предприятием.

В организациях, испытывающих экономические трудности, следует своевременно проводить мониторинг с выявлением причин таких ситуаций. Одна из причин может быть в том, что не приняты адаптивные меры по совершенствованию структуры контроллинга на предприятии. Комбинированная структура контроллинга регулярно должна тестироваться на соответствие изменяющейся среде. При этом может возникать необходимость решения проблем адаптации определенных участков контроллинга применительно к системе управления предприятием. Комбинированная структура контроллинга может включать ряд участков контроллинга с соответствующими наборами инструментариев по обеспечению сопряженных и обособленных направлений экономической деятельности в части разработки, принятия оперативных и стратегических управленческих решений на предприятии. При контроллинге достигается надежная учетно-аналитическая и информационная поддержка процессам выработки, принятия и реализации решений по управлению бизнес-процессами.

Основные проблемы создания адаптированной модели контроллинга в системе управления предприятием сводятся к следующим:

- формирование комбинированной структуры контроллинга, обладающей признаками перманентного контроля и самоконтроля получаемых результатов, выявления отклонений от намеченных заданий, анализа причин нарушений, принятия мер по их оперативному устранению и по оптимизации использования ресурсов для достижения экономической выгоды предприятия;

- поиск способов координации действий персонала при решении частных и общих задач;
- выбор мотивации для соответствующих категорий работников для наилучшего выполнения ими своих производственных заданий и должностных обязанностей;
- поддержания профессионализма работников организации;
- достижение прозрачности технико-экономических, производственных показателей для осведомленности соответствующих работников и эффективного руководства;

создание баз данных по инструктивному и методическому обеспечению работников;
разработка и реализация учетно-аналитических и координационно-информационных составляющих для достижения скоординированных управленческих решений на всех уровнях управления предприятием;

использование методов и инструментов, посредством которых возможна ускоренная модернизация структуры контроллинга, соответствующая изменению организационной и информационной составляющих системы управления предприятием.

Система управления предприятием как процесс – это вид деятельности, направленный на достижение поставленных коллективом целей посредством выполнения взаимосвязанных действий по управлению, классически включающих функции организовывания, планирования, контроля, мотивации и координации. Наряду с такими функциями целесообразно сочетать, в частности, следующие функции контроллинга: учет, оценки, анализ, коммуникации, нормирование, регулирование, оптимизация и выбор. Контроллинг способствует преобразованию экономики организации [5].

Современная успешная деятельность предприятия невозможна не только без рационального использования разных видов ресурсов, выявления внутрипроизводственных и внутрихозяйственных резервов повышения результативности предприятия, создания благоприятного социально-психологического климата в коллективе при соблюдении условий улучшения условий труда и справедливости его оплаты, но и без тщательного анализа существующей структуры контроллинга, отвечающей системе управления предприятием.

Выводы:

Формирование контроллинга целесообразно осуществлять на основе результатов исследования существующего вида управленческого учета в организации. Если же конкретные формы контроллинга не отвечают специфике системы управленческого учета исследуемой организации, то в этом случае рекомендуется рассмотреть возможности решения проблем адаптации контроллинга к этой системе управления.

Наметились качественные изменения в структуре и методах управления предприятием, что находит свое отражение в процессах совершенствования организации производства и бухгалтерского учета, планирования, контроля и анализа по обеспечению принятия эффективных управленческих решений. Синтез функций системы управления предприятием с функциями контроллинга как процессно-ориентированного инструмента системы управленческого учета [6] при соответствующем соблюдении методологии их сочетания будет составлять основу экономического роста организаций.

Список литературы

1. Ковалёва О.Н., Зотикова О.Н. Теория и практика проведения контроля и ревизии в организации: монография. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – 143 с.
2. Зотикова О.Н., Зайнулин Р.В. Особенности организации системы контроллинга на текстильном предприятии./Актуальные проблемы и тенденции развития экономики организаций в России: Сборник научных трудов. К 15-летию кафедры аудита и контроллинга МГУДТ. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 285 с., с. 102-108.
3. Зотикова О.Н., Зайнулин Р.В. Формирование системы контроллинга организации с использованием инновационных технологий./ Современные задачи инженерных наук [Текст]: сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного научно-технического Форума «Первые международные Косыгинские чтения» (11-12 октября 2017 года). – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – 328 с., с. 201-204.
4. Зотикова О.Н., Зайнулин Р.В. Предпосылки автоматизации процесса принятия управленческих решений./Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 8 частях. Часть 6 / Под ред. В.С. Белгородского, О.В. Кашеева, В.В. Зотова, И.В. Антоненко. –

М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 285 с., с.188-194.

5. Зотикова О.Н., Зайнулин Р.В. Контроллинг как инструмент преобразования экономики организации. /Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации-2016): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 208 с., с. 181-184.

6. Зотикова О.Н., Ковалева О.Н. Контроллинг как процессно-ориентированный инструмент системы управленческого учета./ Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы: Сборник научных трудов/под редакцией Мишакова В.Ю., Зерновой Л.Е. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н.Косыгина», 2018. – 214 с., с. 88-94.

УДК 336.71.078.3

**ВЛИЯНИЕ ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СТАНДАРТА ПО
ФИНАНСОВЫМ ИНСТРУМЕНТАМ (МСФО 9) НА ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ
ОТЧЕТНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**
**THE IMPACT OF THE IMPLEMENTATION OF THE INTERNATIONAL
STANDARD ON FINANCIAL INSTRUMENTS (IFRS 9) ON THE FINANCIAL
STATEMENTS OF COMMERCIAL BANKS**

Ингман Наталья Ивановна
Ingman Natalia Ivanovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: ini13@mail.ru)

Аннотация: рассмотрены ключевые аспекты внедрения международного стандарта по финансовым инструментам и его влияния на основные показатели финансовой отчетности кредитных организаций.

Abstract: the key aspects of the implementation of the international standard on financial instruments and its impact on the main indicators of financial statements of credit institutions are considered.

Ключевые слова: международный стандарт финансовой отчетности по финансовым инструментам.

Keywords: international financial reporting standard for financial instruments.

Сближение стандартов российского и международного стандартов учета, продиктованное современным уровнем глобализации, приобретает в сегодняшних условиях все большее значение как с точки зрения повышения прозрачности и качества финансовой отчетности, так и с точки зрения минимизации рисков деятельности финансовых и нефинансовых организаций и принятия на ее основе экономически обоснованных решений.

Фонд Международных стандартов финансовой отчетности финансируется тремя десятками стран мира и крупнейшими консалтинговыми компаниями Deloitte Touche Tohmatsu Limited, KPMG, Ernst & Young и PricewaterhouseCoopers, вложения которых 2017 году составили 8 706 761 фунтов стерлингов, при этом общий вклад Германии и Франции составил 4 142 523 фунтов стерлингов, Японии - 1 938 268, Китая - 1 904 058, США - 694 798, Индии - 500 000, а России – 427 700 фунтов стерлингов [1]. Все это говорит о понимании важности мировым сообществом достижения единообразия и повышения качества финансовой информации не только для регуляторных целей контролирующих государственных органов, но и для повышения информативности финансовой отчетности для инвесторов и обеспечения стабильности мировой финансовой системы.

Разработка Советом по международным стандартам финансовой отчетности (IASB) и внедрение нового международного стандарта по финансовым инструментам (МСФО 9) явилась постреакцией на глобальный финансовый кризис, затронувший все экономики мира ставила целью обеспечить полное и своевременное раскрытие информации в разрезе изменений кредитного качества финансовых инструментов, а также сформировать единые подходы к его оценки.

По сравнению с ранее существовавшим стандартом (МСФО 39) новая концепция ориентирована на увеличение значимости функции риск-менеджмента в процессе подготовки финансовой отчетности и ее использования при принятии решений о привлечении финансирования с целью повышения информированности собственников и топ-менеджмента о величине финансовых рисков. С этой целью фокус с учета полученных убытков смещен на учет возможного будущего риска обесценения финансового актива и отражение этого обесценения в финансовой отчетности на протяжении всего срока жизни инструмента.

В таблице 1 представлен сравнительный анализ подходов к классификации и оценке финансовых инструментов стандарта МСФО 9 и МСФО 39.

Таблица 1. Сравнительный анализ стандартов МСФО 9 и МСФО 39

	МСФО 9	МСФО 39
Объект оценки	<ul style="list-style-type: none"> ожидаемые потери 	<ul style="list-style-type: none"> понесенные потери
Основа оценки	<ul style="list-style-type: none"> исторические данные 	<ul style="list-style-type: none"> исторические, текущие и прогнозные данные
Классификация финансовых инструментов	<ul style="list-style-type: none"> удерживаемые с целью получения дохода удерживаемые с целью получения дохода / продажи прочие инструменты 	<ul style="list-style-type: none"> удерживаемые до погашения дебиторская задолженность и кредиты имеющиеся в наличии с целью продажи
Оценка стоимости финансовых инструментов	<ul style="list-style-type: none"> амортизированная стоимость справедливая стоимость с отнесением на совокупный доход справедливая стоимость с отнесением на финансовый результат 	<ul style="list-style-type: none"> справедливая стоимость с отнесением на финансовый результат
Величина резервов	<ul style="list-style-type: none"> ожидаемые потери на отрезке 1 год на основе кредитного качества контрагента ожидаемые потери на всем сроке жизни финансового инструмента при значительном ухудшении кредитного качества контрагента 	<ul style="list-style-type: none"> ожидаемые потери на всем сроке жизни финансового инструмента при значительном ухудшении кредитного качества контрагента

Классификация и оценка финансовых инструментов зависит от используемой бизнес – модели, что является ключевым фактором при принятии решения о классификации и оценке активов.

Новый стандарт в качестве объекта оценки финансового инструмента использует понятие ожидаемых потерь и предполагает необходимость создания резервов в момент признания финансового инструмента в учете в размере возможных потерь при дефолте контрагента в течение следующих 12-ти месяцев (или оставшегося срока жизни инструмента) с последующей переоценкой на всем сроке жизни финансового инструмента при обнаружении признаков значительного ухудшения кредитного качества, которыми,

например, является более 30-тидневный период просрочки (объективным свидетельством обесценения является более 90 дней просрочки).

Оценка может осуществляться в отношении агрегированных групп финансовых инструментов со схожими характеристиками кредитного риска (вид инструмента, дата первоначального признания, срок жизни, наличие и вид обеспечения, рейтинг контрагента) в случае, если невозможно переоценить риск на индивидуальной основе, при недостатке информации или в случае нетипичности финансового инструмента.

Подходы к оценке финансовых инструментов могут варьироваться в зависимости от характеристик финансовых инструментов. Например, в отношении торговой дебиторской задолженности, задолженности по аренде или активов, не требующих значительного финансирования, которые не требуют контроля изменений кредитного риска и ожидаемые потери могут быть оценены на весь срок функционирования актива, может быть применен упрощенный подход. В противном случае результаты оценки будут в значительной степени зависеть от выбора учетной политики.

Моделирование ожидаемых кредитных убытков по дебиторской задолженности может осуществляться с применением принципов и подходов по аналогии с кредитным портфелем, которое предполагает:

- 1) выбор решения о моделировании ожидаемых потерь на коллективной или индивидуальной основе;
- 2) сегментирование по структуре кредитных убытков;
- 3) выбор критериев признания дефолта и определение периода моделирования ожидаемых потерь.
- 4) использование в качестве основы оценки показателей объема стоимости подверженной риску на соответствующую дату EAD (exposure at default), вероятности дефолта PD (probability of default), уровня потерь при его наступлении LGD (loss given default) и коэффициента дисконтирования D (discount).

Необходимо учитывать, что в зависимости от выбора метода расчета PD, LGD и EAD модель оценки ожидаемых потерь может иметь несколько десятков вариаций, иметь вид скоринговой модели, при этом все используемые параметры должны быть отобраны на основе исторической информации.

Использование доступных и обоснованных исторических данных об уровне потерь, предполагает наличие возможности их регулярного обновления, кроме того необходимо учесть изменение стоимости актива во времени, текущую экономическую ситуацию и прогнозы на будущее без чрезмерных затрат на поиск объективной информации.

Оценка уровня потерь при наступлении дефолта на основе данных контрагента и макроэкономических данных, как правило ведется на основе моделирования будущих денежных потоков или регрессионного анализа. Прогнозы финансовых потерь и их вероятности как правило варьируются от периода к периоду и зависят как от финансовых показателей, так и от индивидуальных характеристик контрагента.

В качестве методов оценки вероятности дефолта в зависимости от финансового инструмента могут быть использованы модели Cash Flow, Black Cox или модели, основанные на внешних и внутренних рейтингах. Использование модификаций моделей, применяемых ранее в рамках стандарта МСФО 39 должно быть обоснованно.

Включение прогнозной информации для оценки кредитных убытков возможно на основе рейтинговой оценки контрагентов путем группировки их задолженности по географическому сегменту или по типу финансового инструмента.

Выбор наиболее вероятного прогноза при значительном объеме исторических данных может быть осуществлено с использованием имитационного моделирования (метод Монте-Карло). В противном случае может быть проведена корректировка прогноза отдельных сценариев или взвешивание по вероятности при наличии конечного количества сценариев.

Обновленный стандарт по финансовым инструментам в большей степени затрагивает финансово-кредитные учреждения (обязателен для формирования отчетности коммерческих

банков с 1 января 2018 года) и существенно влияет на показатели их финансовой отчетности, (финансовые результаты, величина капитала и резервов, величина активов, взвешенных по степени риска, уровень достаточности капитала), так как стандарт изменил порядок классификации, оценки и признания обесценения финансовых инструментов. Однако и нефинансовые организации, применяемые международные формы отчетности, вынуждены значительно трансформировать систему учета и контроля за кредитными рисками.

Оценка влияния внедрения нового стандарта на финансовую отчетность коммерческих банков по итогам 2018 года на основе аудированной отчетности по МСФО [2,3,4,5,6,7], представлена в таблице 2 и проведена на основе данных открытых источников.

Таблица 2. Влияние стандарта МСФО 9 на показатели финансовой отчетности коммерческих банков, %

Название банка	Нераспределенная прибыль (убыток)	Обязательные резервы	Капитал	Активы
ПАО «Сбербанк России»	16,42%	-48,00%	12,22%	15,07%
ПАО «Банк ВТБ»	-1,70%	14,42%	2,93%	13,46%
АО «Россельхозбанк»	(39,15%)	8,05%	-20,32%	7,81%
ПАО «Росбанк»	18,95%	26,32%	15,24%	10,72%
АО «Альфа Банк»	58,77%	20,00%	43,10%	22,65%
АО Банк «Пермь»	3,05%	-72,68%	0,31%	-5,31%

Сравнительный анализ основных показателей деятельности кредитных организаций позволяет сделать вывод, что опасения представителей банковского сообщества [8] относительно отрицательного влияния внедрения нового стандарта по финансовым инструментам на размер обязательных резервов на капитал в целом оправдались, при этом капитал, нераспределенная прибыль и величина активов демонстрируют рост у всех крупных банков, за исключением АО «Россельхозбанк», закончившего 2018 год со значительным ростом убытка.

В заключении следует отметить, что переход на новый стандарт помимо сложности и трудоемкости его внедрения в практику финансовых и нефинансовых организаций учета ведет к значительному увеличению издержек компаний и в первую очередь коммерческих банков, однако учет актуализированной и персонифицированной информации по финансовому состоянию контрагентов и макроэкономических прогнозов позволит значительно снизить риски финансовых потерь и обеспечить устойчивость всей финансовой системы.

Список литературы

1. IFRS: <https://www.ifrs.org/-/media/feature/about-us/funding/annual-report-2017.pdf>
2. ПАО «Сбербанк России» <https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports-and-publications/ifrs>
3. АО «Россельхозбанк» <https://www.rshb.ru/investors/msfo/>
4. АО Банк «Пермь» <https://www.bankperm.ru/about/info/>
5. ПАО «Банк ВТБ» <https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/finansovaya-informaciya/raskrytie-finansovoj-otchetnosti-po-msfo/>
6. ПАО «Росбанк» <https://www.rosbank.ru/ru/about/investor/>
7. АО «Альфа Банк» https://alfabank.ru/f/3/about/annual_report/msfo/msfo18_3.pdf
8. РБК: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/03/01/5a9670a39a7947f43adb6768>

**ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**
INNOVATION PROCESSES IN INDUSTRIAL ENTERPRISES

Казаков Сергей Витальевич, Болкина Галина Ивановна
Kazakov Sergey Vitalyevich, Bolkina Galina Ivanovna

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва
Federal Budgetary State Educational Institution of Higher Education
Plekhanov Russian University of Economics

Аннотация: В статье анализируются различные подходы к понятию инноваций; определены признаки инноваций, формы, стадии, содержание инновационной деятельности на предприятии. Предложены направления по повышению эффективности труда в области активации инновационных процессов на предприятии.

Annotation: The article analyzes various approaches to the concept of innovation; identified signs of innovation, forms, stages, content of innovation in the enterprise. Proposed directions for improving the efficiency of labor in the field of activation of innovative processes in the enterprise.

Ключевые слова: инновации, инновационная политика, стимулирование, стратегия развития инновационной деятельности, стадии инновационного цикла, инновационный цикл, инновационная деятельность, рынок.

Key words: innovation, innovation policy, stimulation, strategy for the development of innovation activity, stages of the innovation cycle, innovation cycle, innovation activity, market.

В целях анализа инновационного процесса необходимо определить, что же такое инновации вообще. В экономической литературе существуют различные точки зрения по данному вопросу, которые можно по различным признакам объединить в две основные группы. Исходя из этого, одни считают (первая группа), что инновации это те действия, технические и технологические, в результате которых рождаются новые продукты, новые более прогрессивные технологии. По мнению других (авторы также придерживаются данной точки зрения) – (вторая группа) понятие инноваций значительно шире. Иными словами, к инновациям можно отнести любые направления нововведений, связанных с развитием промышленного производства. Например, новые методы: организации производства, управление промышленным предприятием, повышения экономической эффективности производства, решение социальных задач, что обеспечивает экономическую и финансовую устойчивость предприятия.

По нашему мнению, к инновациям также можно отнести и такие виды новшеств как продуктовые инновации (принципиально новые и улучшенные (модернизированные) виды продукции; новые виды услуг: в здравоохранении, образовании, социальные услуги, кадровые (новые подходы к социальной кадровой политики); инновации в производственных (операционных) системах (учета, планировании, финансах, мотивации труда, организации внутрипроизводственных потоковых и т.п.).

Все рассмотренные формы инноваций на промышленном предприятии безусловно действуют не изолированно, а во взаимосвязи друг с другом.

Необходимо выделить основные признаки характерные для инноваций на предприятиях:

- оригинальные технические решения, которые применяются на предприятии;
- эффективность: экономическая, финансовая, социальная и хозяйственная, что связано с проникновением на инновационный рынок;
- новшество в первый раз используется на предприятии;

— высокая степень риска, что требует от инновации творческого подхода.

Инновационные процессы непременно связаны с инновационной деятельностью, которая направлена на коммерциализацию знаний, техники, технологии.

На промышленных предприятиях процессы инновационной деятельности осуществляются в двух основных формах:

— инновационная деятельность предприятием ко всему инновационному циклу от идеи до получения результата и реализации его на рынке, осуществляется самостоятельно. Такой подход связан с большими затратами: финансовыми, кадровыми и предполагает высокую степень риска. Поэтому это под силу только для крупных корпораций, которые обладают высоким научно-техническим потенциалом;

— на предприятии инновационная деятельность осуществляется на основе кооперации труда на всех стадиях инновационного процесса. При этом, в рамках данного процесса, участвуют как средние, так и малые предприятия, основной целью которых является повышение конкурентоспособности, снижение издержек производства и степени риска.

Кооперационные связи могут осуществляться в различных формах. Например в таких как кластеры, холдинги, технологические платформы, стратегические объединения, кооперированных исследованиях (маркетинга), временных творческих коллективах и др.

Инновационные процессы могут являться коллективной творческой деятельностью различных организаций, подразделений фирмы (предприятия), инновационно-ориентированных предприятий и подвергаются при этом влиянию внутренних и внешних факторов.

Внутренние факторы зависят от стратегической политики развития предприятия.

Внешние факторы зависят от государственной инновационной политики, кооперативных связей, требований рынка и др.

Жизненный цикл инновационного процесса проходит несколько стадий от их последовательности зависит в определенной мере и срок получения результата.

Первой стадией жизненного цикла инновационного процесса является зарождение идеи, далее идут научно-исследовательские работы (НИР), затем опытно-конструкторские работы, производственный процесс, маркетинговые исследования, рынок, эксплуатация нового продукта и появление новых потребностей и процесс повторяется.

Главным звеном инновационной политики на промышленном предприятии являются научно-исследовательские подразделения, которые занимаются поиском стратегических технических решений на основе фундаментальных научных исследований. На уровне хозяйственных подразделений задачи носят в основном прикладной характер. К таким работам можно отнести: разработку изделий, программ: качества, управления, инженерно-технического обслуживания нового продукта у потребителей, снижения издержек производства и т.д.

Процесс организации управления инновационной деятельностью на отдельном предприятии может включать следующие этапы, которые связаны между собой:

- постановка цели управления инновациями на предприятии;
- выбор стратегии управления инновационными процессами;
- установление приемов управления инновациями;
- разработка программы управления инновациями;
- организация работ по выполнению программы управления инновациями;
- контроль за исполнением намеченной программы управления инновационными процессами;
- анализ и оценка эффективности приемов управления инновациями.

В первую очередь определяется цель управления инновационной деятельностью по созданию нового продукта, операции, организации и т.д.

В условиях рыночной экономики основной целью создания нового продукта, выбора новых форм организации производства, повышение эффективности работы кадрового

потенциала и т.д. является: увеличение прибыли, расширение сегмента рынка как внутри страны, так и за рубежом, повышение конкурентоспособности и др.

Результативность и эффективность инновационной деятельности зависит от правильного выбора стратегии управления инновационной деятельностью.

Важным звеном в инновационной деятельности является разработка программы управления инновационными процессами и организация работ по их выполнению.

Программа управления инновационными процессами включает следующие показатели: сроки, результаты, финансовое обеспечение, исполнители, контрагенты, а также комплекс мероприятий для достижения поставленных целей.

При принятии управленческих решений по организации инновационной деятельности важным является контроль за выполнением намеченных программой направлений инновационной деятельности на предприятии, но это характерно и для других управленческих решений.

Как показывают исследования толчком развития инновационной деятельности на промышленном предприятии являются инновационные идеи, источниками которых становятся: потребители, которые выявляются в результате маркетинговых исследований; результаты фундаментальных исследований ученых как отечественных, так и зарубежных в соответствующей области; конкуренты, в области стратегии и деятельности по соответствующим соответствующему направлению; различного рода посредники (торговые агенты, дилеры и прочие); непосредственно сотрудники предприятия различных структурных подразделений.

Для осуществления инновационной деятельности на промышленном предприятии необходимо определить критерии выбора инновационных проектов. Такими критериями могут быть:

- новизна и приоритетность проекта;
- технико-технологическая оснащенность проекта;
- источники финансирования как собственные, так и внешние;
- масштаб проекта (кадровый потенциал необходимые для его осуществления);
- исполнители – внутренние и внешние (привлечение внешних исполнителей при необходимости);
- оценка темпов роста бизнеса скобка открывается (медленный, умеренный, быстрый);
- уровень риска инновационного проекта.

Залогом успеха инновационной деятельности является правильный выбор стратегии развития промышленного предприятия, что предусматривает некоторую последовательность инновационной стратегии от поставленной цели до ее практической реализации. Постановка цели играет важную роль для предприятия в его связях с внешней средой, рынком и потребителем.

Для активизации инновационной деятельности на промышленном предприятии при необходимости создается соответствующее подразделение целью и задачей которого будет являться инновационная деятельность и всё что с ней связано. Но для его функционирования необходимо определить цели, задачи, функции, кадровое и техническое обеспечение, финансирование. Разработать систему стимулирования работников (персонала) данного подразделения и увязать систему стимулирования с качеством работы по осуществлению инновационной деятельности.

По нашему мнению, выплата авторского вознаграждения за инновационную деятельность необходимо осуществлять после внедрения результатов, если по инновационному проекту вознаграждение превышает установленный предел, то выплата полного размера вознаграждения должна производиться по истечению периода подтверждения экономического эффекта (при этом минимальный период подтверждения должен быть не более 6 месяцев).

Сразу после внедрения идеи может выплачиваться от 30 до 50%, остальное после подтверждения и перерасчета экономии.

Кроме того, механизм мотивации труда за инновационную деятельность должен учитывать не только количество поданных идей и их качество, но и долю вклада каждого участника инновационного проекта в прирост прибыли полученной за счёт внедрения инновационного продукта. Учет доли вклада каждого подразделения (участника инновационного проекта) осуществляется с учётом коэффициента долевого участия. В связи с этим на промышленном предприятии необходимо разработать методику долевого участия подразделений в инновационной деятельности, конечно если такая методика на предприятии отсутствует. Такой подход к мотивации труда, повысит заинтересованность участников инновационного проекта в результатах инновационной деятельности; усилит позиции предприятия на рынке; укрепит её финансовую устойчивость и конкурентоспособность.

Список литературы

1. Казаков С.В., Поздняков В.Я. Экономика индустриальных видов деятельности в России. М.: Инфра-М, 2014., С. 301-302.
2. Казаков С.В. Реальные тенденции создания и эффективного функционирования инновационных организаций в Российской Федерации. М.: Инфра-М, 2014, С. 126.
3. Казакова Р.П., Болкина Г.И. Инновации и их роль в организации деятельности предприятием // Вестник РЭУ имени Г.В. Плеханова. 2015. №3 (81), С. 95.
4. Золотарева А.Б., Киреева А.В., Малинина Т.А. Специальные формы поддержки инновационной активности в России. М.: Дело, 2012, С. 97.
5. Соснин Э.А. Управление инновационными проектами. Ростов-на-Дону: Феникс, 2013, С. 46.

УДК 338.24

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ ECONOMICS DIGITAL TECHNOLOGY

**Квач Наталия Михайловна, Дембицкий Сергей Геннадьевич,
Дружинина Ирина Александровна
Kvach Natalia Mikhailovna, Dembitskyi Sergey Gennadievich,
Druzhinina Irina Aleksandrovna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: nkvach@mail.ru, irinadrug@mail.ru)*

Аннотация: Цифровые технологии коренным образом меняют окружающий мир, оказывая существенное влияние на экономические процессы. Использование технологии блокчейн в финансовой сфере позволяет: создать новые продукты в страховом бизнесе; ускорить обработку сложных транзакций в банковском секторе; создать инфраструктуру, объединяющую сервисы различных финансовых организаций в единую надежную сеть и т.д.

Abstract: Digital technologies are fundamentally changing the outside world which have a great impact on economic processes. Utilizing the blockchain technology in the financial sector allows to create new products in the insurance businesses; to speed up the complex transactions processing in the banking sector; to create the infrastructure facilities which combines the financial institution services into a single reliable network and so on.

Ключевые слова: криптовалюта, технология блокчейн, консорциум R3, платформа Cobra, блокчейн-платформа «Мастерчейн», электронные закладные, банковские гарантии, цифровые аккредитивы.

Keywords: cryptocurrency, blockchain technology, R3 consortium, Cobra platform, Masterchain blockchain platform, electronic mortgages, bank guarantees, digital letters of credit.

Сегодняшний мир изменился до неузнаваемости благодаря новым цифровым технологиям, которые стремительно ворвались во все сферы деятельности человека, от его бытовых привычек до бизнеса. Появление гаджетов существенно расширило возможности осуществления действий в удаленном доступе, начиная от обычных коммуникативных связей человека до совершения различного рода транзакционных операций и заключение бизнес-сделок.

Но появление таких технологий меняют окружающий мир как в лучшую, так и в худшую сторону. Они позволяют нам уважать и нарушать права друг друга множеством вновь появившихся способов, особенно когда речь идет об, достаточно распространенной в последнее время, интернет торговле, т.к. использование оплаты с помощью банковской карты требует определенной веры к своим контрагентам. И здесь встает, как никогда остро, вопрос о защите личной информации.

Многие годы изобретатели пытались решить этот вопрос используя различные системы шифрования, и только в 2008 году была создана системы прямых электронных расчетов с достаточно высокой степенью защиты. Создатель данной системы Сатоши Накамото использовал свой алгоритм для генерирования нового типа валюты – виртуальных денежных единиц (криптовалюты) под названием «биткоин». В основе процессов получения данной валюты лежал сложный алгоритм кодирования информации под название блокчейн, представляющей собой базу данных в которой вся информация о происходящих в сети транзакциях, записанная в виде блоков, связывается между собой с помощью средств криптографии. Для присоединения новой информации к уже созданной цепи требуется создание нового кода позволяющего прикрепить новый массив к уже имеющейся цепочке информации. Таким образом происходит структурирование информации во времени и ее шифрование.

Новый алгоритм создания базы данных может работать на любом из компьютеров, пользователей, которые захотят установить такую программу. Эти же пользователи могут просматривать все совершаемые в сети транзакции, однако внести изменения в уже имеющуюся информацию невозможно. Особенностью такой системы является высокая степень защиты создаваемой и постоянно дополняемой базы данных. Все компьютеры пользователей одновременно являются хранителями такой информации, и попытка уничтожения информации на одном из компьютеров системы приводит к тому, что информация тут же восстанавливается благодаря ее одновременному расположению на множестве других устройств, а применение криптографического алгоритма шифрования позволяет защитить ее от взлома.

Изначально система блокчейн была применена ее создателем в целях генерирования криптовалюты (майнинга). Использование цифровой валюты, позволяет сократить время урегулирования проводимых сделок, снизить транзакционные издержки, защитить персональную информацию о клиенте.

Сегодня возможности децентрализованной базы данных выходят за рамки майнинга криптовалюты, и оказывают влияния на самые разнообразные стороны жизни человека, а также на весь финансовый мир [1].

Особый интерес к технологии блокчейн проявляет банковский сектор, стремящийся защитить, и обезопасить свои интересы от той угрозы, которую представляют криптовалюты. В этой связи в 2015 году был создан консорциум разработчиков блокчейн-платформы R3, основателями которого стали крупнейшие банки планеты, такие как: Credit Suisse; Goldman Sachs; JP Morgan; Royal Bank of Scotland и др.

Платформа Cobra, созданная в рамках работы данного консорциума, ориентирована на финансовую систему и занимается обработкой сложных транзакций (работа с платежными обязательствами с поддержкой криптовалют, транзакции по обмену ценными бумагами), ограничивая доступ к таким операциям, тем самым, соблюдая конфиденциальность и безопасность.

Первой компанией из Восточной Европы и России, присоединившейся к консорциуму R3, стала QIWI, занимающаяся разработкой и тестированием проектов и идей на основе блокчейн. В 2108 году партнерами консорциума стали "Эс-би-ай Банк" и Альфа-Банк, а также Центр «Орбита» занимающийся разработкой проектов для государственных структур. В этом же году крупнейший в мире страховой консорциум V3i заявил об намерении использовать платформу Cobra, для создания новых продуктов в страховом бизнесе: продвижения перестрахования на основе технологии блокчейн; использование смарт-контрактов для сокращения документооборота и др. Данная система позволяет акцентировать внимание на реализации различных страховых кейсов, например, подтверждение наличия страховки у автомобиля в режиме реального времени без необходимости предъявления бумажных документов, «первое уведомление об ущербе», предъявления доказательства наличия факта страхования и тем самым исключения незастрахованных участников.

Список участников консорциума, заинтересованных в продвижении технологии блокчейн в бизнес, растет. В начале 2019 года Международная межбанковская система платежей SWIFT сообщила о своих планах использования платформы Cobra для усовершенствования операционных процессов. Система позволяет повысить уровень производительности, снизить затраты, увеличить скорость и прозрачность платежей SWIFT, а также осуществить непрерывное сквозное отслеживание платежа и аутентификацию плательщиков [2].

В России для обслуживания финансового рынка в конце 2016 года была создана, с использованием основ криптографии, отечественная блокчейн-платформа «Мастерчейн». Создателем такой платформы выступила Ассоциация развития финансовых технологий (Ассоциация ФинТех) в которую вошли основные игроки российского банковского рынка, такие как: Банк России, ПАО «Сбербанк», ПАО «ВТБ», АО «Альфа-Банк», АО «Газпромбанк», ПАО Банк «ФК Открытие», АО «КИВИ Банк», и АО «НСПК». Данная технология, являясь легальной и принятой Банком России, в данный момент, проходит сертификацию и готовится к массовому коммерческому использованию. В рамках ее использования Банк России пилотирует три основных кейса связанных с использованием электронных закладных, банковских гарантии и цифровых аккредитивов [3].

Внедрение технологии блокчейн делает ненужными множество длительных и дорогостоящих юридических процедур связанных с оформлением закладных. Использование децентрализованного депозитарного учета закладных, призвано существенно ускорить и удешевить хранение, изменение и перемещение закладных, а также позволит точно отслеживать движение средств и историю контрактов. При этом, схема и роли участников остаются теми же, что сейчас, но депозитории создают общее распределенное хранилище данных, а все операции внутри него осуществляются по принципам умного контракта.

Необходимым условием исполнения многих процедур и контрактов выступает банковская гарантия. Часто к банковским гарантиям прибегают при участии в тендерах, госзакупках и т.д. Использование цифровых технологий позволяет уйти от оформления бумажных документов и использовать цифровые электронные площадки, что дает возможность получить быстрый доступ к информации, защищенной от мошенничества и фальсификации.

Что касается такого финансового инструмента как аккредитива, то «Мастерчейн» реализует эту опцию с помощью смарт-контракта заключаемого между банками поставщика и покупателя, при этом системой установлен электронный документооборот, признаваемый

всеми участниками данной сети и имеющий юридическую силу. Банк покупателя автоматически выдает аккредитив банку поставщика при подтверждении поставки товара от транспортной компании.

Дальнейшее развитие системы «Мастерчейн» предполагает создание инфраструктуры, объединяющей сервисы различных финансовых организаций. В основе таких сервисов лежат смарт-контракты (умные контракты), выполнение которых происходит автоматически при соблюдении прописанных в них условий. «Мастерчейн» может применяться в любых сферах, близких к финансовому рынку [4].

Применение технологии блокчейн выходит за рамки финансового сектора и может быть использована в различных сферах жизни общества: защита авторских прав, идентификация личности, денежные переводы, голосование, благотворительность и т.д.

Делая первые шаги к построению рынка будущего, технология блокчейн способна усовершенствовать жизнь человека во всех его сферах.

Список литературы

1. Шваб Клаус. Четвертая промышленная революция: [перевод с английского] / Клаус Шваб. - М.: Издательство "Эксмо", 2019. - 288 с.]

2. Gottfried Leibbrandt. Let's send the money / Paris Fin-Tech Forum 2019. Paris 29-30 January 2109. Режим доступа <https://www.parisfintechforum.com> (Дата обращения 17.02.19)

3. Иван Зимин. Какое внимание уделяет Банк России развитию финтех-проектов. Форум инновационных финансовых технологий Finopolis 2018. Сочи 17-19 октября 2018. Режим доступа <https://finopolis.ru/materials-of-forum/2018/> (дата обращения 20.02.19)

4. Алексей Архипов, Ольга Дергунова «Мастерчейн» - первый юридически чистый блокчейн в России. Режим доступа <http://masterchain.rbc.ru> (Дата обращения 19.02.19)

УДК 339.9

ПОНЯТИЕ, СОДЕРЖАНИЕ И ПРИНЦИПЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ CONCEPT, CONTENTS AND PRINCIPLES OF COMMERCIALIZATION OF INNOVATIONS IN THE MODERN WORLD ECONOMY

**Киселевич Анастасия Игоревна
Kiselevich Anastasiya Igorevna**

*Белорусский государственный университет, Республика Беларусь, Минск
Belarusian State University, Belarus, Minsk
(ai.kiselevich@gmail.com)*

Аннотация: В статье проанализирована роль инновационного развития государства. Также автором раскрыта сущность понятий «инновация» и «коммерциализация инноваций». Поскольку интеллектуальный ресурс в наши дни превращается в одно из первых условий экономического роста, то исследование вопросов получения прибыли от использования его ресурсов, является актуальной темой и проблемой на сегодняшний день.

Ключевые слова: инновации; инновационное развитие; интеллектуальная собственность; коммерциализация; управление.

Abstract: The article analyzes the role of innovative development of the state. The author also revealed the essence of the concepts "innovation" and "commercialization of innovations". Since the intellectual resource in our day turns into one of the first conditions for economic growth, the study of the issues of profit from the use of its resources is a hot topic and a problem today.

Keywords: innovation; innovative development; intellectual property; commercialization; control.

В настоящее время инновационному развитию страны уделяется все большее внимание. Объяснением этому служит несколько причин: во-первых, это позволяет странам выйти на новый уровень экономического развития, сократить свой разрыв с другими странами, во-вторых, страны стремятся оставаться конкурентоспособными в научной среде, в-третьих, важным аспектом остается продвижение национальных товаров на мировые рынки и повышение спроса на них.

Коммерциализация инноваций - самый распространенный способ увидеть изобретение в широких массах, достичь предполагаемой общественной выгоды. Существует множество факторов, которые влияют на коммерческий успех продукта на рынке. В том числе, важным аспектом является понимание понятия «коммерциализация инноваций».

Под инновацией понимается процесс создания, внедрения и использования новых средств и способов удовлетворения человеческих потребностей. В дополнение, «инновация» понимается как изменение продуктов компании (радикальное или дополнительное). К примеру, творческое усовершенствование текущего продукта или идея нового продукта, которая может решить конкретные проблемы для существующих или потенциальных клиентов.

По мнению Р. Фатхутдинова, под новшеством понимается результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового продукта, который был внедрен на рынке, либо нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом по отношению к социальным услугам.

Йозеф Шумпетер считал, что инновации — это реализация новых комбинаций, которая не ограничивается одной трактовкой. Учёный выделяет несколько случаев различного использования термина.

В зарубежной литературе существует ряд трактовок понятия «инновация». Во-первых, это процесс преобразования идеи или изобретения в товар или услугу, которая создает ценность или за которую клиенты будут платить. Чтобы быть названным новшеством, идея должна быть воспроизводимой с экономичными затратами и должна удовлетворять определенной потребности. Инновация включает в себя преднамеренное применение информации, воображения и инициативы для извлечения большей или иной ценности из ресурсов и включает в себя все процессы, посредством которых новые идеи генерируются и преобразуются в полезные продукты. В бизнесе инновации часто возникают, когда компания применяет идеи для дальнейшего удовлетворения потребностей и ожиданий клиентов.

В социальном контексте инновации помогают создавать новые методы создания альянсов, создания совместных предприятий, гибкого рабочего времени и повышения покупательской способности покупателей. Инновации делятся на две широкие категории: эволюционные инновации, которые вызваны многими постепенными достижениями в технологиях или процессах и революционные инновации, которые часто являются разрушительными и новыми.

Инновации являются синонимом принятия рисков, и организации, которые создают революционные продукты или технологии, несут наибольший риск, потому что они создают новые рынки. Инновации должны быть определены и согласованы в каждой организации, чтобы убедиться, что они стратегически и последовательны. Без этого смещение приводит к неоптимальному фокусу и результатам. До тех пор, пока инновация включает «новое» и учитывает потребности и пожелания клиентов, возможны любые варианты.

Модели инноваций оказывают прямое воздействие на характер роста экономики. Они варьируются в зависимости от типов инноваций и характера воздействия на экономическую составляющую деятельности любого государства. Поэтому целесообразным видится выделить некоторые общие характеристики, присущие большинству инноваций:

1. Они включают в себя новые и эффективные (продуктивные) способы роста промышленности через производство, распределение, коммуникацию или организацию.

2. Инвестиции в НИОКР составляют основной компонент большинства инноваций и могут включать как теоретические, так и прикладные исследования. Однако теоретические исследования напрямую не дают промышленных результатов, пока они не будут применены через коммерческое распространение знаний между фирмами и отраслями.

3. Технические изменения и распространение человеческого капитала играют центральную динамическую роль в большинстве промышленных инноваций, хотя создание новой фирмы или новой организации может быть одинаково важно для запуска инноваций.

4. Все эндогенные инновации мотивируются рыночными стимулами прибыли и экономической эффективности в условиях динамичной конкуренции.

Инновации могут принимать различные формы в зависимости от периода их развития и их эволюционного воздействия с течением времени. Обычно выделяют четыре типа инноваций: технологические инновации; распространение знаний и инноваций на основе человеческого капитала; введение «новых комбинаций», которые создают фундаментальный импульс в капиталистическом развитии для создания новых потребительских товаров, новых методов производства или транспортировки, новых рынков или новых форм промышленной организации; инновации как эволюционное обучение через адаптивную эффективность в условиях динамичной конкуренции и/или рыночной структуры Курно-Нэша.

Инновации напрямую оказывают влияние на развитие материально-технической базы производства, конкурентоспособность товаров и услуг, социально-экономическое развитие общества. В зависимости от результатов инновационной деятельности инновации могут быть представлены следующим образом (согласно классификации В.И. Кудашова):

–базисные инновации. Данный тип инноваций предусматривает коренное изменение производственной структуры, системы управления, технологического уклада, а также темпов экономического развития. Такие инновации являются результатом фундаментальных исследований, характеризуются периодичностью появления. Примерами таких инноваций могут служить открытия в области биотехнологий, генной инженерии, нанотехнологий.

–принципиально новые инновации. Такие инновации позволяют достигать качественно новых изменений технологической системы, сменять поколения техники, способствуют появлению новых отраслей производства.

–улучшающие инновации. Они направлены на усовершенствование известных и относительно новых технологий, объектов техники и продукции.

–простые или модификационные инновации. Рассматриваемый тип инноваций обеспечивает частичное изменения технико-экономических характеристик выпускаемой продукции, техники и технологий, которые позволяют поддерживать их на определенном потребительском уровне [1].

Инновации также классифицируются по масштабам распространения: локальные (развивают существующие базисные технологии), отраслевые (создают основу для появления новых отраслей), глобальные (находят применение во всех существующих отраслях или в подавляющем их большинстве).

В зависимости от области применения, инновации классифицируются как научно-исследовательские, технические, технологические, информационно-коммуникационные, маркетинговые, логистические, организационно-управленческие, социально-экономические, правовые.

Согласно модели инноваций Шумпетера, ученым было выделено 5 типов инноваций:

–создание нового продукта. В данном случае происходит создание нового блага или нового качества того или иного продукта.

–процессные инновации, которые влекут за собой изменения в процедуре производства, внедрение нового метода или способа.

–организационные инновации. Данный тип инноваций включает в себя изменения управленческих процедур, которые обычно приводят к изменению структуры рынка, например, к реорганизации ценового картеля.

–рыночные инновации (освоение нового рынка сбыта), где продукт выводится на новые рынки, например, за рубеж.

–инновации, основанные на получении нового сырья или нового промежуточного товара, например, новые источники энергии или новые виды использования существующих ресурсов.

Согласно модели инноваций Шумпетера, ключевая роль в создании таких инноваций отводится предпринимателю. Шумпетерианский предприниматель (S-entrepreneur) играет динамичную руководящую роль, как только в экономике, ранее находившейся в стационарном равновесии, появляются значительные инновации.

В настоящее время существует и ряд других классификаций инноваций по характеру воздействия на процесс производства и характеру удовлетворяемых потребностей, по значимости и направленности, по месту реализации и глубине вносимых изменений, по времени выхода на рынок и причине возникновения.

Термин «коммерциализация» происходит от английского слова commercialize, которое означает «коммерциализировать», «превращать в источник прибыли», «ставить на коммерческую ногу или основу». В английской литературе под понятием «коммерциализации» понимается процесс предоставления продукта или услуги для продажи населению; процесс разработки или организации чего-либо, чтобы заработать как можно больше денег. Коммерциализацию часто путают с продажами, маркетингом или развитием бизнеса. Процесс коммерциализации имеет три ключевых аспекта. Крайне важно рассмотреть множество идей, чтобы получить один или два продукта или предприятия, которые могут быть устойчивыми в долгосрочной перспективе. Это поэтапный процесс, и каждый этап имеет свои ключевые цели и этапы. Очень важно вовлекать ключевые заинтересованные стороны на раннем этапе, включая клиентов.

Термин «процесс коммерциализации» относится к важнейшему элементу управления технологическими инновациями; процесс, посредством которого инвестиции в технологические инновации эффективно коммерциализируются, от генерации идей до деятельности, поддерживающей коммерциализированный продукт.

Дж. Казметский описывает коммерциализацию как процесс, с помощью которого результаты научных исследований и опытно конструкторских разработок (НИОКР) своевременно трансформируются в продукты и услуги на рынке [2].

Коваженков М.А. и Бганцева Я.В. определяют коммерциализацию инноваций как процесс превращения результатов НИОКР, которые сохраняют свою рыночную востребованность и актуальность, в товары и услуги на рынке, которые своей целью ставят получить доход от их реализации, лицензирования или собственного использования [1].

Козловская Э.А., Родионова Ю.В., уточняя понятие определения коммерциализации инноваций, охарактеризовали ее как процесс «выделения средств на инновации и управления этим процессом, включающим организацию и координацию государственной инновационной деятельности, контроль и оценку выделяемых средств, передачу завершенных и освоенных результатов инновационной деятельности в производство и тиражирование инновационной продукции».

Г. Купер, раскрывая понятие коммерциализации, рассматривает его в широком и узком смыслах. Коммерциализация в широком смысле – это процесс генерирования новых идей, их совершенствования, разработка и производство нового продукта и его дальнейшая реализация на рынках. В узком смысле коммерциализация – это процесс «превращения научного результата в рыночный товар».

В ряде публикаций коммерциализация рассматривается и как процесс трансфера технологий, суть которого заключается в выполнении посреднических функций по передаче информации о новшестве для его освоения при участии, как правило, разработчика

(изобретателя), а также конечного пользователя, который может получить прибыль от реализации новшества в собственном производстве или выйти на рынок с новым продуктом.

Коммерциализация является конечным этапом инновационной деятельности, который означает практическое использование нового продукта и предусматривает обязательное получение прибыли за счет его реализации на рынке. В этой связи стоит отметить, что трансфер технологий является одной из форм, которая способствует коммерциализации инноваций.

В американском законодательстве термин «коммерциализация» означает этап развития или продвижения технологии, на котором частное предприятие готово инвестировать в полномасштабное производство. По мнению Американской ассоциации маркетинга, под коммерциализацией инноваций следует понимать этап (обычно последний) в цикле разработки нового продукта. Обычно продукт поступает на рынок, а затем последующая деятельность во время коммерциализации может предшествовать дате объявления продукта на несколько месяцев.

В заключение стоит отметить, что, как стратегия, коммерциализация требует, чтобы бизнес разработал маркетинговый план, определил поставку продукта на рынок и предвидел препятствия для успеха. Этап воронки или идеи, этап бизнес-процесса и этап заинтересованных сторон являются тремя основными сегментами процесса коммерциализации. Чтобы потенциальный продукт имел право на коммерциализацию, он должен иметь определенный уровень общественной ценности, который может привести к общей прибыльности компании. Исследования и разработки этих продуктов проводятся в коммерческих, правительственных, образовательных или других учреждениях. Разъяснение понятия «коммерциализация инноваций» является первым шагом на пути к ускорению и совершенствованию процесса коммерциализации.

Список литературы

1. Кудашов, В.И. Современные тенденции в обеспечении инновационного развития экономики // Инновационные образовательные технологии. 2007. №4. С. 89-99.
2. Козметский Дж. Вызов технологических инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции // Трансфер технологии и эффективная реализация инноваций./ Под ред. Н.М. Фонштейн. М.: АНХ, 1999. С. 296.

УДК 336.645

КРАУДФИНАНСИРОВАНИЕ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ CROWDFINANCING AS A PERSPECTIVE INSTRUMENT OF INVESTMENT ATTRACTION IN INNOVATIVE PROJECTS

**Клещёва Светлана Александровна
Klescheva Svetlana Aleksandrovna**

*Полесский государственный университет, г. Пинск, Республика Беларусь
Polesky State University, Pinsk, the Republic of Belarus
(e-mail: kleschsss@mail.ru)*

Аннотация: В статье исследованы особенности краудфинансирования как перспективного финансового инструмента для привлечения инвестиций в инновационные проекты, выделены его преимущества и недостатки. Проанализированы основные тенденции развития мирового рынка краудфинансов.

Abstract: Special characteristics of crowdfunding as a perspective instrument of investment attraction in innovative projects are studied; its strengths and weaknesses are distinguished. The main trends of the world market of crowdfinance are analyzed.

Ключевые слова: краудфандинг, краудлендинг, краудинвестинг, краудплатформы, инновационные проекты

Key words: crowdfunding, crowdlending, crowdinvesting, crowdplatforms, innovative projects.

В последние годы в мире наблюдается возрастающий интерес к использованию краудфинансирования как нового финансового инструмента привлечения инвестиций. Благодаря стремительному развитию мобильных и цифровых технологий, социальных сетей появилась возможность привлекать финансовые ресурсы частных инвесторов с помощью глобальной сети. Посредником, обеспечивающим взаимодействие инвесторов и авторов проектов, выступает краудплатформа - специализированный сайт для размещения идей.

Несмотря на возрастающий интерес к использованию краудфинансирования как нового финансового инструмента для привлечения инвестиций в развитие инновационных проектов это явление с научной точки зрения остается сравнительно малоизученным.

В докладе Всемирного банка, отмечается, что краудфандинговые проекты приобрели популярность в результате финансового кризиса 2007-2008 гг. (во многом из-за трудностей, с которыми вынуждены были столкнуться в первую очередь малые и средние предприятия (МСП) на ранних этапах своего развития при привлечении финансирования).

Традиционные финансовые институты повысили кредитные требования к компаниям, претендующим на получение займов. Помимо этого, привлечение средств венчурных компаний также было проблематичным, поскольку либо предоставляемые суммы были слишком велики, либо в государстве не были развиты данные формы финансирования стартапов и МСП. Всё это создало «вакуум финансирования», заполнить который смог краудфандинг.

Характерные особенности краудфандинга как финансового инструмента:

- более доступный источник в сравнении с другими традиционными вариантами финансирования;
- возникает и развивается исключительно благодаря Интернет-технологиям;
- позволяет привлечь в качестве инвесторов широкий круг непрофессиональных инвесторов, обычных людей из «толпы»;
- в краудфандинговой модели финансирования инноваций инвесторы ищут компании, в то время как во всех иных моделях в большинстве случаев компании сами ищут инвесторов;
- низкие транзакционные издержки за счет упрощения процесса совершения сделок и проведения их через автоматизированные платформы;
- позволяют варьировать объем инвестиций в одну компанию и тем самым создавать портфель, соответствующий индивидуальному риск-профилю инвестора.

Основные бизнес-модели краудфандинга представлены в таблице 1.

Таблица 1. Соответствие краудфандинговых моделей различным формам бизнеса

Бизнес-модель краудфандинговой платформы	Наиболее подходящий тип проекта	Средняя сумма запрашиваемого капитала	Приемлемость для быстроразвивающихся инновационных стартапов
Благотворительная модель	Сфера искусств	< 10 тыс. долларов США	Неприемлемо, если потребности в капитале больше, чем 10 тыс. долларов США
Бизнес-модель, основанная на вознаграждении	Продвижение товара или услуги, творческие проекты,	< 100 тыс. долларов США	Приемлемо в качестве тестовой площадки для подтверждения

спонсора	начальное финансирование		выдвинутых концепций
Краудинвестинг	Внедрение технологических инноваций	< 250 тыс. долларов США	Приемлемо
Краудлендинг	Привлечение краткосрочных заёмных средств для финансирования оборотных средств компании	< 250 тыс. долларов США	Приемлемо

Самым значительным сегментом на мировом рынке краудфинансирования является краудлендинг, что продиктовано понятным регулированием и законодательной базой.

Краудлендинг соответствует обычному банковскому кредитованию и предусматривает возврат инвестированных средств и выплату твердого процента. Заемщиками и кредиторами могут выступать как физические, так и юридические лица. Но среди заемщиков, пользующихся услугами краудлендингового ресурса, больше представителей малого бизнеса, в то время как в качестве кредиторов выступает только 10% юридических лиц и 90% физических лиц. Подходит для компаний, которые уже генерируют прибыль, абсолютно уверены в своем успехе, нуждаются в краткосрочных инвестициях для масштабирования проекта. Отличительной особенностью краудлендинга является низкий риск для инвестора. Заемщик выигрывает в более низких тарифах и удобстве получения кредита. Краудплатформа в данном случае выступает посредником и в определенной мере гарантом всей процедуры. Источником финансирования выступают исключительно средства физических лиц.

Самым перспективным сегментом краудфинансирования является краудинвестинг, который подходит для инновационных проектов, требующих значительных вложений. Ключевое отличие краудинвестинга в том, что инвесторы в обмен на инвестированные в проект финансовые ресурсы получают в качестве вознаграждения инвестиционную долю в компании, а вместе с тем и риск потери вложений. Фактически автор проекта приобретает совладельцев, которые финансируют проект. В последующем автор проекта может выкупить эти доли обратно с надбавкой.

Дополнительная ценность краудинвестинга заключается в том, что инвестор заинтересован не только в запуске проекта, но и в успешной реализации проекта, так как успех вложений напрямую зависит от успеха проекта. Каждый инвестор понимает, что чем у бизнеса больше клиентов, тем больше прибыль и тем больше дивидендов он получит и поэтому он так или иначе распространяет информацию о том, что запустилось, где запустилось.

В Англии и США получил широкое распространение подход, при котором профессиональный инвестор (бизнес-ангел, акселератор, фонд) является лид-инвестором проекта (т. е. от лица всех участников кампании осуществляет взаимодействие с командой проинвестированного проекта и представляет их интересы в совете директоров), привносит в него свою экспертизу и является гарантом надежности для других инвесторов. Помимо лид-инвесторов, в краудкампаниях также активно принимают участие прочие институциональные инвесторы.

Вложение инвестиций в краудинвестинговые платформы имеет ряд ограничений. В США возможность участия инвесторов будет ограничена их собственным капиталом и доходом. В итальянской модели участвовать может любой инвестор, но только в паре с профессионалом. Во многих развитых странах немалое значение имеет наличие у инвесторов аккредитаций. Аккредитованные инвесторы это, в основном, богатые инвесторы, которые имеют глубокое понимание финансовых рынков и способность нести финансовые потери.

Темпы роста мирового рынка краудфинансирования очень высоки, объем рынка вырос с 530 млн. долл. США в 2009 году до 34,4 млрд. долл. США в 2015. По оценкам Всемирного банка, данный показатель к 2025 году составит 93 млрд. долл. США, некоторые венчурные компании оценивают его объём в размере не менее 300 млрд. долл. США. Самым массовым и объемным сегментом стал краудлендинг, который занимает 73% всего рынка (25,1 млрд. долл. США). На долю краудинвестинга приходится лишь 3%, или 1 млрд. долл. США [2].

Основные тренды рынка краудлендинга (бизнес сегмент): объем транзакций в 2018 году – 383,6 млрд. долл. США, средняя стоимость проектов - 14 629 долл. США, средний ежегодный прирост рынка в 2018-2022 гг. составит 15,7%. Несмотря на активное развитие краудлендинговых платформ в Европе и США, Китай сохраняет лидирующую позицию на рынке (347,9 млрд. долл.), что обусловлено активным развитием бизнеса и значительной численностью населения в Поднебесной.

Основные тренды рынка краудинвестинга: объем транзакций в 2018 году – 11,181 млрд. долл. США, средняя стоимость проектов - 164 432 долл. США, средний ежегодный прирост рынка в 2018-2022 гг. составит 29,3%. Гонконг играет лидирующую роль на рынке краудинвестинга (объем рынка в 2018 г. - 3,125 млрд. долл. США). Сочетание роста количества кампаний и их среднего размера обеспечивает краудинвестингу высокие темпы роста, которые сохранятся в течение ближайших нескольких лет.

В заключении следует отметить, что краудфинансирование является перспективным инструментом и обладает большим потенциалом для привлечения инвестиций в инновационные проекты. Специфика краудфинансирования заключается в следующем:

- отсутствие традиционных финансовых посредников приводит к прямому сотрудничеству при привлечении денежных средств от инвесторов, снижая транзакционные издержки процесса и приводя к более высокой доходности по сравнению с традиционными инструментами инвестирования;

- устранение физического присутствия инвестора и возможность участия неограниченного количества инвесторов со всего мира позволяет компании в случае успешного финансирования выходить на новые рынки;

- использование социальных сетей трансформирует накопленный ими социальный капитал в финансовый капитал.

Список литературы

1. Клещева С.А. Краудфинансирование как инструмент инвестирования инновационного предпринимательства // ЭКОНОМИКА И БАНКИ. 2017. № 2. С. 40-46.
2. Обзор рынка // Канадский Медиа Фонд. 2015. http://crowdfunding.cmf-fmc.ca/facts_and_stats/market-overview
3. Портал крауд-сервисов crowdsourcing.ru // <http://crowdsourcing.ru>.

УДК 005.95:001.895

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ INNOVATIVE APPROACHES TO PERSONNEL MANAGEMENT

**Котикова Ольга Павловна
Kotikova Olga Pavlovna**

*Белорусский национальный технический университет, Беларусь, Минск
Belarus national technical University, Belarus, Minsk
(e-mail: olgakotikova@tut.by)*

Аннотация: Рассмотрены инновационные подходы к управлению персоналом, основные направления инновационной кадровой политики и рекомендации по их внедрению в практику предприятий.

Abstract: innovative approaches to personnel management, the main directions of innovative personnel policy and recommendations on their implementation in practice of enterprises are considered in the article.

Ключевые слова: управление персоналом, инновационная кадровая политика, мотивация персонала, планирование карьерного роста, когнитивный рекрутинг, кадровый потенциал.

Keywords: personnel management, innovative personnel policy, motivation of personnel, career planning, cognitive recruiting, human resource potential.

Кадровая инновационная стратегия является основой успешного управления персоналом в современной организации. Целью инноваций в сфере управления персоналом является обеспечение эффективных масштабов и темпов обновления кадровой системы в соответствии с текущими и перспективными интересами и целями предприятия, а также современными закономерностями развития персонала, требованиями и стандартами к уровню развития человеческих ресурсов.

Инновации в системе управления персоналом эффективно влияют не только на общее управление предприятием, но и служат цели формирования и развития предприятия в условиях рыночной экономики и развивающихся информационных технологий.

Основными задачами подготовки персонала к введению инноваций являются: создание благоприятного инновационного климата в организации, инновационное прогнозирование и выработка кадровой инновационной стратегии.

Поскольку люди являются самым ценным и важным ресурсом любой организации, необходимо предусмотреть, чтобы условия их труда способствовали их персональному росту, извлечению уроков, передаче знаний и коллективной работе. Необходимо формировать и поддерживать коллективное видение, коллективные ценности и внутреннюю среду, в которой люди могут быть полностью вовлечены в достижение целей организации и понимать значимость своего вклада и своей роли.

Менеджмент персонала следует осуществлять на основе планомерного, гласного, этичного и социально ответственного подхода.

Совершенствование кадрового обеспечения предприятия на основе инноваций подразумевает качественный переход от ресурса, то есть постоянного состава работников, состоящих в трудовых отношениях с предприятием, к кадровому потенциалу, что соответствует комплексному рассмотрению проблем, ориентирующих на качество, профессионализм, эффективность работы.

Под «кадровым потенциалом», согласно утвержденной Главой государства Концепции государственной кадровой политики Республики Беларусь, понимается способностью кадров решать стоящие перед ними текущие и перспективные задачи. В содержательном плане это численность кадров, их образовательный уровень, личностные качества, профессионально-квалификационная и половозрастная структура, характеристики трудовой и творческой активности.

Такие направления кадровой политики, как прием на работу, отбор, подготовка, продвижение по службе, планирование служебной карьеры, обучение персонала и его стимулирование к труду, исключение дублирования выполняемых функций, рост профессионализма сотрудников, развитие корпоративной культуры требуют постоянного совершенствования.

В связи с этим рассмотрим некоторые из важных направлений инновационной кадровой политики.

1. Потребность организаций в когнитивном рекрутинге (познавательном, ментальном, креативном).

Поиск кандидатов постепенно переходит в цифровую сферу, Процесс взаимодействия кандидатов с потенциальным работодателем должен быть более удобным и мобильным. Специалистам по подбору персонала следует осваивать новые технологии для привлечения

талантов, которые позволят устанавливать с кандидатами психологический и эмоциональный контакт, постоянно укрепляя при этом бренд работодателя.

2. Обучение персонала и планирование карьерного роста.

По мере перехода организаций в цифровую сферу они сталкиваются с растущей необходимостью пересмотра своей структуры, чтобы активнее развиваться, быстрее адаптироваться к изменениям, эффективнее обучать своих сотрудников и соответствовать их карьерным ожиданиям. Особую значимость здесь приобретает идея непрерывного обучения, которая способна предоставить сотрудникам возможность обучаться в любое время и с использованием нескольких мобильных платформ;

3. Кардинальные перемены сегодня ожидаются от руководителей. Нужны не просто более сильные лидеры, но качественно новые кандидаты на эту роль – более молодые, более гибкие и в большей степени готовые к использованию разного рода инноваций.

4. Компании из всех отраслей и регионов нуждаются в переоценке некоторых аспектов своих программ управления эффективностью, от постановки целей и оценки их достижения до введения стимулирующих выплат и поощрений.

5. На смену отдельным задачам по повышению вовлеченности персонала и развития корпоративной культуры приходит комплексный подход к созданию «положительного» опыта сотрудников. Этому способствует развитие рынка корпоративных инструментов для проведения пульс-опросов и получения обратной связи, приложений, посвященных здоровью и фитнесу, а также многофункциональных систем самообслуживания для сотрудников.

6. Открытость, беспристрастность и равенство возможностей – эти вопросы сейчас обсуждаются на уровне высшего руководства, но оптимальное решение для них еще не найдено. В этом направлении важно, в первую очередь, обратить внимание на практическое обучение, изменение процессов, принятие решений на основании данных, а также на повышение прозрачности и ответственности. Важную роль здесь играет аналитика, которая призвана стать бизнес-функцией для лучшего понимания принципов работы и правильной коррекции операционных процессов компании.

7. Использование принципа «Вовлечение людей». Работники всех уровней являются сутью организации, и их полное вовлечение позволяет использовать их способности для пользы организации. Использование принципа «Вовлечение людей» позволяет сформировать у персонала ответственности за свою работу, готовность к нововведениям и творческий подход при достижении целей организации. Работники понимают важность своего вклада в деятельность организации и своей роли в ней; выявляют ограничения в своей деятельности; признают существование проблем и свою ответственность за их решение; активно ищут возможности для повышения своей компетентности, знаний и опыта; свободно делятся своими знаниями и опытом; открыто обсуждают проблемы и дела. Организации следует разработать процессы, дающие возможность персоналу оценивать личную производительность по результатам решения персональных производственных задач.

8. Использование компетентностного подхода в управлении персоналом. Данный подход предполагает определение уровня профессиональной и личной компетентности работника, которая может понадобиться организации в краткосрочной и долгосрочной перспективе согласно ее миссии, видению, стратегии, политике и целям; определение текущего уровня компетентности работников организации и расхождений между тем, что имеется, что требуется на настоящий момент, а также может потребоваться в будущем; осуществление действий, направленных на повышение и/или достижение требуемого уровня компетентности с целью устранения расхождений; анализ и оценку результативности мер, принимаемых для достижения необходимого уровня компетентности; меры по поддержанию достигнутого уровня компетентности.

9. Внедрение цифрового управления. От менеджеров в сфере управления персоналом ожидается активное участие во внедрении культуры «цифровой организации», а не просто применения готовых цифровых технологий. По мере того как практика цифрового

управления и гибкое построение организации начинают занимать все более важное место в менеджменте организаций, функции управления персоналом сосредотачивают свое внимание на сотрудниках, процессе работы и операционных платформах;

Автоматизация, когнитивные вычисления, большие массивы данных – эти и другие факторы радикально меняют представления о трудовых ресурсах. Организации должны исследовать и внедрять когнитивные инструменты, своевременно готовить персонал к работе с ними, а также перестраивать саму организацию работы с учетом роста автоматизации

10. Мотивация персонала. Для более эффективной мотивации работников организации следует разработать меры по внедрению соответствующей системы признания и вознаграждения, основанной на индивидуальной оценке личных достижений; создать систему профессиональной аттестации и планирования служебного роста; осуществлять постоянный анализ уровня удовлетворенности, а также потребностей и ожиданий персонала; предоставить работникам возможности для наставничества и индивидуального обучения; учитывать гендерные особенности персонала.

Таким образом, кадровые инновации создают условия для формирования работников с высоким уровнем инновационной готовности, умеющих адаптироваться к быстрым изменениям рынка и личностных ситуаций, воспринимать и применять новые формы работы, противостоять новым видам давления, обладающих независимым и созидательным умом.

Список литературы

1. Международное исследование тенденций в сфере управления персоналом //2017. Новые правила игры в цифровую эпоху (АО «Делойт Туш Томацу Лимитед») //2017. <http://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/human-capital/articles/introduction-human-capital-trends-2017.html>.

УДК 004.4:330

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PRIORITY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN BANKING ACTIVITIES

Кудрявцева Людмила Георгиевна
Kudryavtseva Ljudmila Georgievna

*Российский университет кооперации, г. Мытищи, Московская область, Россия
Russian University of cooperation, Russia, Moscow region, Mytischki
(e-mail: l.kud@mail.ru)*

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы современного состояния и тенденции развития информационных технологий в банковской сфере.

Abstract. The article considers the issues of modern status and development trends of information technologies in the banking sector.

Ключевые слова: информационные технологии, банковская деятельность, автоматизация, информационное обеспечение.

Key words: information technology, banking, automation, information support.

Современные информационные технологии (ИТ), основанные на применении средств вычислительной техники для сбора, хранения, обработки, поиска, передачи и выдачи информации, широко используются в банковской деятельности. К их числу относятся

системы управления базами данных, текстовые, табличные, графические процессоры, алгоритмические языки и т.п. ИТ пронизывают всю деятельность современного коммерческого банка, охватывая как сферу оказания банковских услуг (расчетно-кассовое обслуживание, кредитование, депозитное обслуживание и др.), так и сферу управления банком (учет, контроль, анализ, планирование). С помощью ИТ поддерживаются внешние взаимодействия с клиентами, филиалами банка, банками-корреспондентами в России, международными банками и др. кредитными учреждениями. Компьютерные сети обеспечивают выполнение коммуникационной функции и доступ к разделяемым ресурсам (передачу файлов, доступ к удаленным базам данных и удаленный запуск задач). Локальные, корпоративные сети связывают в единое целое различные отделы банка, увеличивая эффективность работы кредитного учреждения и обеспечивая полный комплекс определенных средств и мер защиты от несанкционированного доступа к внутри банковской информации. Системы телекоммуникационного взаимодействия позволяют организовать дистанционное обслуживание клиентов (Интернет-банкинг, Карточная платежная система, Система «Клиент - банк»); межгосударственные, межбанковские взаимодействия на территории стран СНГ; международные расчеты (через систему SWIFT). Передача информации может осуществляться по компьютерным, телефонным (в т.ч. по мобильным телефонам) и телеграфным сетям. Для сопряжения коммуникационного оборудования используются многоуровневые стандартизированные протоколы передачи данных. С 1995 в странах Европейского Союза при обмене документацией и информацией между государственными ведомствами ЕС используется совокупность стандартов EDI (структурированный язык описания различных видов коммерческой информации, обеспечивающий пользователю возможность работы на английском, французском, немецком или испанском языках) [1].

Развитие автоматизированных информационных технологий легло в основу российской банковской системы с самого начала ее становления в условиях новых, рыночных отношений. Экстенсивное и слабоэффективное развитие банковской системы России сопровождалось, тем не менее массовой закупкой компьютеров и сетевого оборудования, что послужило фундаментом для последующего создания автоматизированных информационных технологий. Однако действительное развитие банковские технологии получили во второй половине 1990-х гг., когда снижение торговой активности и затоваривание рынка привело к резкому спаду краткосрочных банковских кредитов, а стабилизация курса рубля уменьшила активность населения в отношении валютно-обменных операций.

К началу XXI столетия издаются основные регулирующие акты и положения о банковской деятельности, проводится реформа банковского сектора, наиболее значительным шагом которой явился переход на новый план бухгалтерских счетов, соответствующий мировым стандартам. В результате этой деятельности отечественная банковская система становится ближе к мировым стандартам.

В условиях снижения потока привлекаемой в банки денежной массы, постоянных изменений и развития со стороны органов государственного управления, Центрального банка и законодательных структур банки начинают искать новые формы привлечения средств и наиболее эффективные решения по размещению активов. В банковской сфере меняется отношение административно-управленческого персонала к анализу рыночной ситуации и выбору альтернативных решений. Все активнее реализуются новые виды услуг, такие как фондовые и карточные операции, учет вкладов населения, работа с драгоценностями, трастовые, ипотечные и торговые операции, инвестиционная деятельность, международные платежи и т. д. Многие банки начинают предоставлять свои услуги по сети Интернет, которая становится неотъемлемой частью банковских технологий.

Современное развитие информационных технологий в банковской деятельности идет по нескольким направлениям. Для российской специфики традиционной является автоматизация банковских технологий. Создание и функционирование автоматизированных

банковских технологий основывается на системотехнических принципах и тесно соприкасается с рядом смежных научных дисциплин и направлений, таких как экономическая кибернетика, общая теория систем, теория информации, экономико-математическое моделирование банковских ситуаций и процессов, анализ и принятие решений.

Другим существенным направлением развития информационных технологий является стандартизация бухгалтерского учета. Новые правила ведения бухгалтерского учета призваны разрешить ряд актуальных проблем банковской индустрии. К ним относятся: повышение информативности основного вида отчетности (баланса) за счет более глубокой детализации аналитических счетов, увеличения числа балансовых счетов и их структурной перестройки, стандартизация и сокращение основной финансовой отчетности. Теперь явно прослеживается отход от чисто бухгалтерского построения автоматизированных банковских систем на основе операционного дня.

Немаловажным элементом становления банковского сектора России оказывается информационное обеспечение, организация которого определяется составом объектов отражаемой предметной области, задач, данных и совокупностью информационных потребностей всех пользователей автоматизированной банковской системы. Ведущим направлением организации внутримашинного информационного обеспечения является технология баз и банков данных. К организации информационного обеспечения банковской деятельности предъявляется ряд требований. Наиболее важными из них являются: обеспечение для многих пользователей работы с данными в реальном времени; предоставление для обмена информацией возможности экспорта/импорта данных в разных форматах; безопасность хранения и передачи банковской информации; сохранение целостности информации при отказе аппаратуры [2].

Развитие теории и практики создания и использования баз данных приводит к более широкому понятию — хранилище данных. Это может быть централизованная база данных, объединяющая информацию из разнородных источников и систем и предоставляющая собранные данные по приложениям конечных пользователей. Единое информационное пространство, созданное на основе технологий информационных хранилищ, служит базой для реализации разнообразных аналитических и управленческих приложений. К ним можно отнести оценку кредитных и страховых рисков, прогноз тенденций на финансовых рынках, выявление махинаций с кредитными карточками и многое другое. Важным новшеством современных банковских систем являются подходы к проектированию информационного обеспечения, позволяющие специалистам банка самостоятельно модифицировать и дополнять словарь информационной модели в терминах банковских продуктов или услуг, предоставляемых клиентам.

В последние годы в банковской деятельности обострилась проблема обеспечения безопасности данных. Она включает в себя несколько аспектов. Во-первых, это гибкая, многоуровневая и надежная регламентация полномочий пользователей. Ценность банковской информации предъявляет особые требования к защите данных от несанкционированного доступа, в том числе к контролю управления процессами, изменяющими состояние данных. Во-вторых, наличие средств для поддержания целостности и непротиворечивости данных. Подобные средства подразумевают возможность осуществления контроля вводимых данных, поддержки и контроля связей между данными, а также ввода и модификации данных в режиме транзакций — набор операций, обеспечивающих поддержание согласованности данных. В-третьих, присутствие в системе многофункциональных процедур архивации, восстановления и мониторинга данных при программных и аппаратных сбоях.

Для предотвращения несанкционированного доступа к данным клиентов банка и к их счетам расширяется использование средств идентификации, в частности, биометрии. Лидеры рынка уже приступили к использованию датчиков сканирования отпечатка пальца для входа в мобильные приложения. Такая же возможность в ближайшем будущем будет применяться

и для подтверждения совершения операций. Помимо этого, будут развиваться средства не совсем традиционной аутентификации: когда клиент входит в отделение банка или звонит в call-центр, его уже можно идентифицировать. В настоящее время в колл-центрах банков уже используются боты - роботы-консультанты с использованием речевых технологий и простых форм искусственного интеллекта для помощи в решении несложных вопросов. Для автоматического управления инвестициями используются робоэдвайзеры.

При этом, крайне перспективными технологиями являются системы искусственного интеллекта, способные самообучаться и помогающие принимать сложные решения на основе обработки больших массивов данных.

Наиболее перспективным направлением развития банковских информационных технологий является интернет-банкинг. [3] Развитие систем дистанционного обслуживания привело к созданию различных по объему и формам предоставления банковских услуг систем: «Интернет—Банк», «Интернет—Клиент», домашний банк, телебанк, мобильный банк или WAP-сервис. С помощью этих систем выполняются практически любые, кроме кассового обслуживания, требования клиентов банка. Не только на Западе, но и в России все больше участников фондового рынка (банков и брокерских компаний) осваивают новое перспективное направление развития брокерских услуг, заключающееся в предоставлении физическим лицам доступа к российским и международным валютным и фондовым рынкам (интернет-трейдинг).

Современная система электронной коммерции включает два основных направления: B2B (business-to-business), где банки работают в качестве основного исполнителя и продавца финансовых услуг, и B2C (business-to-customer) — продажа товаров и услуг частным лицам, где кредитные организации выступают в роли финансового посредника. С помощью новейших технологий работы с клиентами один менеджер может вести активную работу с очень большим количеством клиентов.

В новых условиях стал неизбежным переход к комплексной автоматизации банковской деятельности.

На рынке программных средств банковских технологий появились организации поставщики, такие как, 'Программ банк', 'Инверсия', "Асофт", 'Rstyle Softlab', 'Diasoft' и другие, которые начали активно удовлетворять имеющийся спрос.

Для обеспечения комплексности автоматизации банковской деятельности требуется ряд важных программных средств, позволяющих оценить состояние банка на любой момент времени, вести скоростной обмен информацией со своими филиалами и отделениями, а также с другими банками, осуществлять разноску сумм по корреспондентским счетам, их обработку и другие функции. Сюда можно отнести так называемую систему 'Клиент-банк', дающую возможность клиенту банка осуществлять платежи и проводить другие операции, минуя операциониста и не выходя из своего офиса.

В настоящее время наблюдаются процессы, которые могут привести к существенной трансформации банков и банковских технологий — к слиянию банковских и информационных технологий и к рождению новой отрасли — финансово-технологической. Важным новшеством современных банковских систем является развитие в сторону облачных технологий, появление и развитие целого ряда принципиально новых технологий и направлений: искусственный интеллект, распределенные реестры (блокчейн), системы виртуальной (дополненной) реальности, бессерверные архитектуры и платформы

Список литературы

1. Абдуллина Р. Р. Информационные технологии в банковской сфере. [Электронный ресурс]. -URL: <http://novainfo.ru/article/6500>
2. Обзор: ИТ в банках 2016. [Электронный ресурс]. -URL: <http://www.tadviser.ru/index.php>
3. Тютюн А. В. Банковские информационные технологии. [Электронный ресурс]. -URL: <http://www.bankmib.ru/3204>

**КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ СТРАТЕГИИ
ИННОВАЦИОННОГО ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО РАЗВИТИЯ
CLUSTER MODEL OF IMPORT-SUBSTITUTE STRATEGY OF INNOVATIVE HIGH-
TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT**

**Кузин Виктор Федорович *, Лачинина Татьяна Александровна *,
Чистяков Максим Сергеевич **
Kuzin Viktor Fedorovich *, Lachinina Tatiana Alexandrovna *,
Chistyakov Maxim Sergeevich ****

** Российская инженерная академия*

** Russian Engineering Academy*

(e-mail: vfkuzin@mail.ru; t_lachinina@mail.ru)

*** Институт экономики и менеджмента Владимирского государственного университета
имени А.Г. и Н.Г. Столетовых*

*** Institute of Economics and Management, Vladimir State University named after A. G. and N. G. Stoletovs
(e-mail: shreyamax@mail.ru)*

Аннотация. Статья посвящена озвучиванию необходимости стратегической направленности по формированию благоприятного средового фона создания надлежащих условий кластеризации конкурентоспособного развития, способствующая инновационному в высокотехнологичному реформатированию национальной экономической системы.

Abstract: The article is devoted to voicing the need for a strategic focus on the formation of a favorable environmental background for creating appropriate conditions for the clustering of competitive development, contributing to the innovative high-tech reformatting of the national economic system.

Ключевые слова: кластер, кластерная структура, импортозамещение, высокие технологии, конкурентоспособность, инфраструктура, форсайт.

Keywords: cluster, cluster structure, import substitution, high technology, competitiveness, infrastructure, foresight.

Учитывая негативный опыт прошлого в формировании постсоветской экономической модели основной концепцией развития российской экономики на современном этапе должна стать ее инновационная реиндустриализация (неоиндустриализация), базирующаяся на ведущей роли промышленного потенциала, причем промышленность должна развиваться на основе нового, высокотехнологичного уклада. Для этого необходимо решить в комплексе ряд задач в рамках модернизации экономики России [1, 59].

Развитие конкурентоспособной экономики на платформе экспортоориентированного импортозамещения в современных экономических реалиях является необходимым условием обеспечения национальной безопасности в обстановке политического давления санкционной направленности. Импортозамещение позволит диверсифицировать экономику страны, что усилит ее экономические позиции России на мировой политической арене, в совокупности с независимостью от иностранных производителей [2, 283].

Особое значение приобретает повышение экспортного потенциала отечественной производственной сферы, который в качестве составных элементов включает в себя, помимо инвестиционной, инновационной деятельности и прямых финансовых вложений, импорт для развития экспорта. В связи с этим развитие импортозамещения становится особенно актуальным, поскольку именно оно позволит избежать напряженности, возникающей вследствие необходимости использования при изготовлении промышленной продукции импортных изделий, компонентов и услуг [3, 125].

Реализация концепции экспортоориентированного импортозамещения подразумевает развитие высоких технологий промышленности, что позволит сформировать потенциал, необходимый для обеспечения высокого качества продукции, способствующий ее фиксации на определенных рыночных нишах, а также защите национальных интересов - как на внешних, так и на внутренних рынках, эффективному паритету с иностранными производителями. В качестве стратегического вектора в данном контексте, опираясь на исследования отечественных и зарубежных ученых в совокупности с имеющейся практикой реализации теоретических изысканий по тематике кластерного подхода, авторы данной статьи обращают внимание на имеющиеся наработки по формированию промышленного инновационного импортозамещающего потенциала, нередко озвученные в целях социально-экономического развития.

В Советском Союзе развитие многих отраслей промышленности концептуально проходило в рамках территориально-промышленных комплексов (ТПК), которые в определенных территориях имеют характерные черты межотраслевых образований с признаками кластерной принадлежности. К таковым необходимо отнести географическое сосредоточение сетевой архитектуры предприятий (организаций, компаний), основной целью которых является создание конечной добавленной стоимости продукта во взаимодействии друг с другом в цепочке технологического и сопутствующего цикла [4].

Свой взгляд на происходящее в экономике России высказал и М. Портер в выступлении «Российская конкурентоспособность: где мы находимся?» на Российско-американском инвестиционном симпозиуме в Бостоне [5]. Портер отмечает, что, в отличие от унаследованной Россией плановой экономики, где экономическая политика направлена из центра, а связи покупатель/поставщик видятся с точки зрения национальной перспективы, экономическая политика, основанная на кластере, подразумевает достаточную автономию на региональном и местном уровне. Кроме того, предполагается специализация регионов в тех сферах, в которых они конкурентоспособны, а географический выбор основан на экономической привлекательности региона в расположении фирм по отношению к другим компаниям, с целью получения максимальной выгоды от кластера [6, 129].

Сформированная подобным образом кластерная модель географической локализации смежных предприятий различной отраслевой специализации способствует генерации целостно-эффективной технологической конфигурации создания высокотехнологичной продукции во всех сферах народного хозяйства при значительной экономии временного и материального ресурса за счет выверенного информационного трансферного перетока, что обуславливает транспарентный диффузный обмен знаниями и технологиями в рамках оформленных цепочек кооперационного взаимодействия предприятий определенной территориальной дислокации.

Подобные структуры функционировали и ранее в условиях планово-директивной экономической системы, имеющей свои характерные особенности. Принципиальным отличием территориально-производственного комплекса от кластерной структуры, по мнению М. Портера, является наличие конкурентной среды внутри последнего. В условиях геополитической трансформации произошло оставление рыночных ниш отечественными производителями из-за экспансии зарубежных компаний. Данное обстоятельство привело к разрыву экономических и технологических внутриотраслевых связей, переориентации наукоемкого и высококвалифицированного кадрового потенциала в частный сектор, приведшее к изменению их соотношения в государственных и коммерческих структурах. Как следствие - произошел распад некогда существующих территориальных кластерных структур.

Однако необходимо отметить, что определенные элементы, необходимые для функционала высокотехнологичных производств, сохранились. К таковым необходимо отнести высокую долю научно-образовательного компонента, промышленного потенциала, а также сформировавшиеся субъекты предпринимательской деятельности. Перечисленное является своего рода платформенной основой для генерирующего возрождения новых

инновационных высокотехнологичных кластерных структур в преобладающей ориентации на транспарентные рыночные ниши.

Озвученное подразумевает изучение кластерного подхода, активно реализуемого в индустриально развитых государствах. Кластерные структуры подтвердили свою эффективность в США, Германии, Италии, Швейцарии, Франции и многих других странах. В Финляндии, например, стратегия кластерной эволюции обуславливает высокую степень конкурентоспособности промышленного потенциала. Намечилась стойкая тенденция применения кластерного подхода в экономической политике государств Латинской Америки и Азии [7].

Потенциал функционала кластерного конфигурата опирается на выверенное верифицированное выстраивание отношений на платформенной основе партнерства и сотрудничества, на координирующей общности совместной деятельности в осуществлении конкурентоспособного инновационного развития территории. Опыт государств с развитым высокотехнологичным кластерным потенциалом демонстрирует возможности для конструктивного диалога между государством и бизнес-сообществом в реализации форсайт-проектов, формирующего основу эффективного взаимодействия научных и образовательных учреждений, органов государственной власти и частного сектора в инновационном процессе генерации высокотехнологичного потенциала экономической системы.

О преимуществах кластерной конфигурации экономики в своих работах упоминал основоположник кембриджской школы политической экономии А. Маршалл, причислявший кластерные образования к промышленным регионам особого типа. По мнению большинства ученых, занимающихся теорией кластерообразования, основой кластерного подхода являются «индустриальные районы» А. Маршалла [8]. Это самое известное и, пожалуй, наиболее близкое по смысловой нагрузке понятие, часто используемое в качестве синонимической замены дефиниции «кластер». В своем известном труде «Принципы экономической науки» (1890) ученый оперирует термином «промышленные районы», который означает пространственную концентрацию предприятий близкой отраслевой принадлежности. Для объяснения устойчивости агломерации малых предприятий экономист ввел понятие внешних экономий или экстерналий, т.е. положительных эффектов, которые получаются от географической дислокации субъектов хозяйственной деятельности. К таковым он относит: эффект от трансфера знаниями и инновациями, эффект от взаимного использования трудовых ресурсов, приводящей к экономической выгоде от вовлечения наемного труда; эффект от свободного доступа к звену поставки (т.н. цепочка «продавец-покупатель») [9].

Общность инфраструктуры единой локализации способствует формированию оптимального благоприятного средового фона для информационного трансфера знаний и технологий, генерации и реализации новых идей и новаторских проектов. Рынок рабочей силы и низкие пороговые значения бюрократических издержек позволяют резидентам кластерного конфигурата пользоваться преимуществами близкой географической концентрации. Территориальное сосредоточение предприятий дополняет модель оптимального построения межсетевое взаимодействия и, в свою очередь, является действенным элементом развития конкурентоспособности – как отдельных предприятий, так и всей кластерной структуры в целом. Сформированные устойчивые кооперационные связи определяют скорость внедрения и коммерческий успех инноваций, способствуют формированию средового фона для генерации новых перспективных идей. В связи с этим именно кластерная модель, содержащая в изобилии многочисленные обратные связи, является наиболее подходящим инструментом эволюционного форсайта (форсайт-эволюции) высокотехнологичных инновационных предприятий.

Особое внимание следует уделять мероприятиям по формированию на основе ведущих предприятий и НИИ технопарков, технополисов и бизнес-инкубаторов, которые сами могут представлять собой кластерную структуру. Данный формат будет способствовать успешному форсайт - проектированию и реализации высокотехнологичных проектов выпуска

конкурентоспособной продукции и услуг, в т.ч. в рамках импортозамещающей политики развития промышленного и научного потенциала, созданию инновационной инфраструктуры, дальнейшей эволюции экологически чистых технологий и технологий ресурсосбережения.

Особое внимание следует сконцентрировать на реализации импортозамещающей политики на свободных производственных мощностях в моногородах. Данное направление будет способствовать решению социально-экономических проблем малых городов.

Концентрация малых предприятий, представляющих собой наукоемкие центры, в совокупности с инновационной инфраструктурой будет являться мощным каталитическим импульсом кластерного строительства, в т.ч. через развитие и упорядочивание малого и среднего инновационного бизнеса. Транспарентность бизнес-структур для всех субъектов хозяйствования территории, в т.ч. промышленности как ведущего потребителя высокотехнологичных инноваций в рамках следования концепции экспортоориентированного импортозамещения, является значимым сегментарным фактором в общем направлении эволюции высокотехнологичного кластерного строительства.

Каталитический эффект развития будет реализован при создании благоприятных условий для становления информационной среды кластерного конфигурата. Информационно-сетевая структура кластера будет способствовать образованию и усилению кооперационных связей между резидентами кластерного образования, так и вовлечению иных хозяйствующих субъектов данной и других территорий в производственное взаимодействие, сгенерирует очертания взаимосвязи с внешними поставщиками и инвесторами. В целях обеспечения единого эффективного информационного средового фона кластера необходимо обеспечить соблюдение интересов всех сторон кластерной структуры в едином сетевом ландшафте взаимодействия. Выполнение данного условия будет способствовать более свободному трансферу информации в единой политике взаимовыгодного сотрудничества. Решение озвученного стратегического направления приведет к технологическому развитию объектов региональной инновационной инфраструктуры, что полностью корреляционно согласуется с государственной политикой по всеобщей национальной цифровизации [10].

Поддержка развития экономической и информационной составляющей институциональной среды должны курироваться на федеральном и региональном уровнях государственной власти, что будет способствовать повышению инновационного потенциала промышленного производства, опирающегося на научно-исследовательскую и образовательную составляющие, которые обеспечат импортонезависимость в интеллектуальной сфере технологических продуктов.

Формирование инновационного высокотехнологичного средового фона развития промышленного потенциала на платформе конкурентоспособной кластерной модели подразумевает определенные мероприятия дополнительной поддержки на различных уровнях управления в совокупности с всесторонним анализом динамики реализации кластерных инициатив.

Способствовать конкурентоспособному импортозамещению в рамках кластерного подхода будет деятельность по развитию экспортного потенциала перспективных видов высокотехнологичных производств и востребованных услуг, т.н. «точек прицельности видимой перспективы», которую целесообразно конвергировать в региональную политику кластерного развития промышленного потенциала и промышленного сервиса.

Список литературы

1. Дмитриев Ю.А., Чистяков М.С. Высокотехнологичная инновационная реиндустриализация России как необходимое условие устойчивого социально ориентированного развития // сборник материалов международной научно-практической конференции «Драйверы экономического роста региональной экономики» / редкол. Н.М. Филимонова и др. - Владимир.: Атлас, 2018. С. 59-61.

2. Дмитриев Ю.А., Карцев Б.В., Чистяков М.С. Кластерные технологии в реализации конкурентоспособной модели экспортоориентированного импортозамещения в экономике России // Финансово-экономическая безопасность Российской Федерации и ее регионов: материалы III Международной научно-практической конференции, 20-21 сентября 2018 г., г. Симферополь: ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», 2018. – 308 с.
3. Бутко Г.П. Конкуренция: теория, методология, практика: монография. Екатеринбург: ООО "УИПЦ", 2012. 342 с.
4. Рыгалин Д.Б., Беспалов В.А., Елкин А.Г., Леонтьев В.Б., Филиппов П.Ф. Высокотехнологичные кластеры в России: комплекс мер по развитию инновационного потенциала региональных межотраслевых комплексов // Инновации. 2005. № 4 (81). С. 37-42.
5. Michael E. Porter. Russian Competitiveness: Where De We Stand? Institute for Strategy and Competitiveness Harvard Business School. U.S. – Russian Investment Boston, Massachusetts. 13 November 2003. URL: https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/CAON_Russia_2003_Harvard_Symposium_11-13-03_CK_db483f56-69d6-41ae-8670-2d165312ee66.pdf (02.04.2018).
6. Дмитриев Ю.А., Каверзин И.Л., Берг А.И. Кластерная политика региона: методы, инструменты, лучшие практики: монография / Ю.А. Дмитриев, И.Л. Каверзин, А.И. Берг. – Владимир: ВИБ, 2014. – 178 с. ISBN 978-5-98448-069-7.
7. Чирков М.А., Дмитриев Ю.А., Карцев Б.В., Чистяков М.С. Зарубежный опыт применения кластерных технологий в инновационном территориальном развитии // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2019. № 1. С. 140-155.
8. Bergman, E.M. and Feser, E.J. (1999) «Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications», Regional Research Institute, WVU.
9. Исланкина Е.А. Кластерный подход в экономике: концептуальные основы, история и современность // Сборник статей по материалам XXIII международной заочной научно-практической конференции «Научная дискуссия: вопросы экономики и управления». М.. Изд. «Международный центр науки и образования», 2014. С. 23-30.
10. Кузин В.Ф., Лачина Т.А., Чистяков М.С. Кластеризация как фактор высокотехнологичного развития экономики: эволюционный подход на основе информационно-сетевой координации // Вестник Сургутского государственного университета. Экономические науки. 2019. Вып.1(23). С. 86-92.

УДК 351.71:67.02

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЛИНГ КЭПТИВНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ STRATEGIC CONTROLLING OF CAPTIVE INDUSTRIAL ENTERPRISES

**Лазовская Татьяна Геннадьевна *, Силаков Алексей Викторович **,
Lazovskaya Tatyana Gennadievna *, Silakov Alexey Victorovich ****

* *Транспортный холдинг «Новотранс», Москва, Россия*

* *Transportation holding "Novotrans", Moscow, Russia*

(e-mail: t.lazovskaya@novotrans.com)

** *Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва*

** *The Kosygin State University of Russia, Moscow*

(e-mail: avsilakov@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые особенности формирования стратегии и системы стратегического контроллинга кэптивных промышленных предприятий в условиях реформы рынка естественных монополий.

Abstract: Some features of the formation of the strategy and system of strategic controlling of

captive industrial enterprises in the context of the reform of the market of natural monopolies are considered..

Ключевые слова: реформа рынка, кэптивные промышленные предприятия, стратегия, контроллинг.

Keywords: market reform, captive industrial enterprises, strategy, controlling.

Промышленные предприятия существуют в условиях обширных кросс-секторальных связей с иными видами экономической деятельности. Одним из наиболее активных секторов-партнеров для промышленной сферы является транспорт и иные группы отраслей, в литературе периода становления рыночных отношений в России, называемые «естественными монополиями», например энергетика. Эти отрасли являются крупнейшими потребителями промышленных товаров и услуг, следствием чего является формирование очень крепких связей между предприятиями промышленности и сферы «естественных монополий» в форматах предприятие – предприятие, и предприятие – отрасль.

При этом можно также структурировать данные связи по периодичности их возникновения. При покупке товаров капитального назначения (основное технологическое оборудование а также материалы для возведения инфраструктуры: турбины, генераторы, локомотивы, трансформаторы, дизельные двигатели, вагоны, рельсы, и т.п.) отраслями «естественных монополий» подобные сделки осуществляются относительно редко, при этом промышленные предприятия-партнеры не могут полагаться только на одну отрасль для формирования своей производственной программы, в связи с чем межотраслевые связи данного типа строятся на контрактной основе, при этом предприятия и организации, например, транспорта или энергетике и промышленности сохраняют как организационную, так и отраслевую самостоятельность. Примеры: Коломенский машиностроительный завод, являющийся ведущим предприятием по выпуску Локомотивов и локомотивных дизелей, тем не менее, также поставляет дизели для энергетического и судового применения и не рассматривается как предприятие, входящее в структуру железнодорожного транспорта. Волгодонский завод «Атоммаш», основной специализацией которого является производство реакторов водо-водяного типа не входит в структуру концерна «Росатом», так как значительная часть его продукции, выпускаемая по аналогичным технологиям производства сосудов под давлением, предназначена для других отраслей, например, реакторы и колонны синтеза для химической промышленности. Однако, в том случае, когда продукция предприятий промышленности нужна предприятиям «естественных монополий» на каждодневной основе и непосредственно связана с обеспечением операционной деятельности – можно говорить о встраивании организационно данных предприятий в отрасли-потребители. Пример: металлургические предприятия по изготовлению ТВЭЛов концерна Росатом, Предприятия пищевой промышленности, обеспечивающие потребности железнодорожного и авиационного транспорта, предприятия легкой промышленности, осуществляющие вещевое обеспечение и банное обслуживание железнодорожного и авиационного пассажирского транспорта, машиностроительные предприятия по ремонту транспортных средств: авиа-, вагоно- и локомотиворемонтные заводы.

В современной практике управления предприятиями транспорта и энергетике существуют 2 модели налаживания организационного взаимодействия, с промышленными предприятиями, интегрированными в бизнес-процессы отраслей «естественных монополий»: аутсорсинговая, достаточно хорошо описанная в литературе и т.н. «кэптивная», когда предприятия, например, транспорта, приобретают собственный и управленческий контроль над промышленными предприятиями, интегрируют их в бизнес-процессы своей группы компаний, при этом группа компаний собственника становится основным или единственным потребителем продукции и услуг кэптивного промышленного предприятия. Примером таких предприятий могут служить: вагоноремонтные заводы компаний-вагонных операторов железнодорожного транспорта и АО «РЖД» (например, Московский локомотиворемонтный завод, основным акционером которого является ОАО «РЖД», являющееся и основным потребителем услуг – по текущему и капитальному ремонту моторвагонного подвижного состава), предприятия (цеха) легкой промышленности Железных дорог, осуществляющие обработку, изготовление и ремонт текстильных изделий, эксплуатируемых пассажирским железнодорожным транспортом

(Федеральная пассажирская компания).

Вопрос выбора конкретно аутсорсинговой или кэптивной модели взаимодействия промышленных предприятий и предприятий «естественных монополий» определяется индивидуально в каждом случае, но в общем зависит от факторов инвестиционной стратегии транспортных, энергетических компаний, структуры рынка и особенностей организации производства, возможностей рассматриваемых связанных промышленных предприятий работать на другие рынки и другие потребители и т.д. и в целом формулируется в отдельную управленческую задачу. Следует отметить, что в отечественной научной литературе, о чем свидетельствует анализ баз РИНЦ (Elibrary), понятие «кэптивное промышленное предприятие» не закреплено, соответственно совершенно не исследованы вопросы стратегии, операционного управления, контроллинга подобных предприятий. Слово «кэптивная» можно проследить по ограниченному числу публикаций и кэптивных страховых компаний финансовых и финансово-промышленных групп, где оно применяется в схожем функциональном значении, однако можно констатировать полное отсутствие рассмотрения вопроса менеджмента, организации и контроллинга кэптивных промышленных предприятий.

Формирование кэптивных промышленных предприятий при отраслях и предприятиях «естественных монополий» (кэптивное предприятие отрасли может организовывать работу с конкретными промышленными предприятиями и по аутсорсинговой модели, оставаясь формально независимым) происходит в условиях и под прямым влиянием осуществляющейся с 1990ых реформы рынка естественных монополий. Рассмотрим данный процесс на примере реформы рынка железнодорожного транспорта [3, 4, 6]. Железнодорожный транспорт можно разделить на несколько функциональных подсистем (рис. 1).

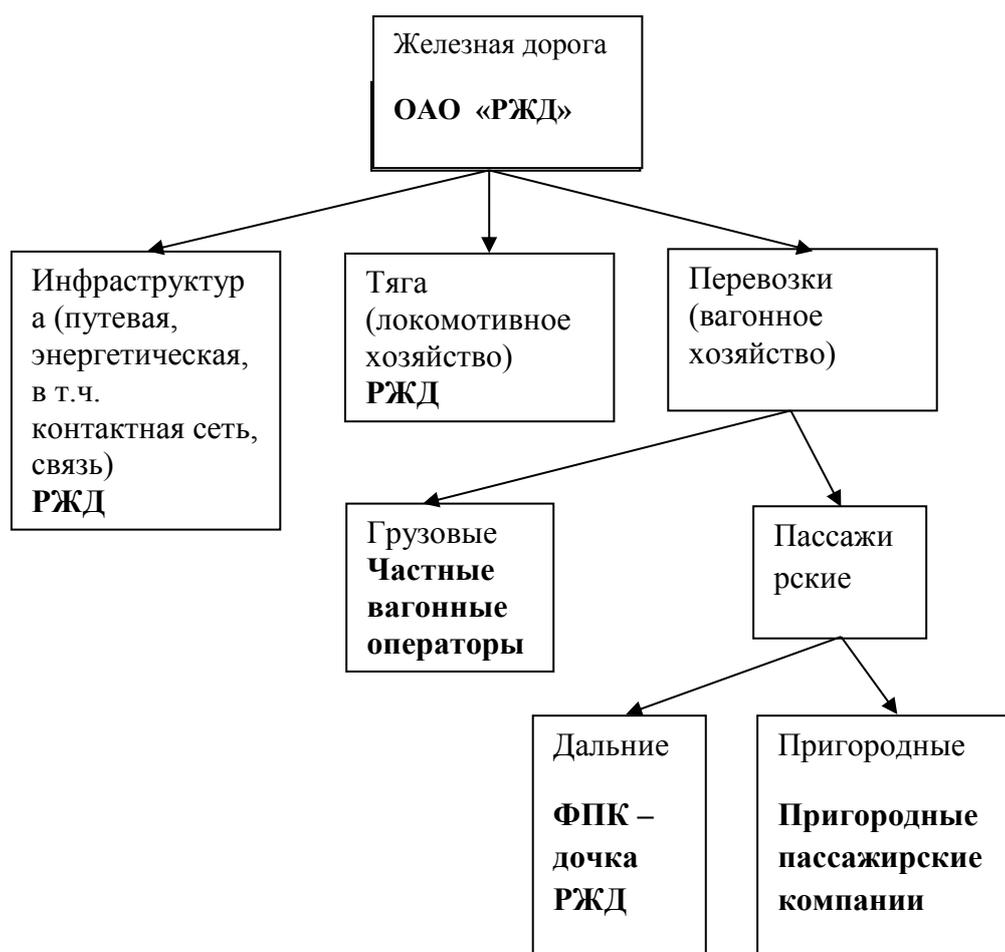


Рис. 1. Функциональные подсистемы рынка железнодорожного транспорта

Целью реформы рынка железнодорожного транспорта было, как это обозначалось в самом начале в районе 2000 года – разделение монополии (ОАО «РЖД») на функциональные составляющие: инфраструктура, тяга, собственно перевозки, внутри которых могло происходить разделение монополии на несколько независимых компаний, которые должны были обеспечить конкурентное функционирование рынка. Последовательность реализации реформ должна была идти от вагонной составляющей (операторы перевозок) и до инфраструктуры в последнюю очередь (контроль монополии над единой инфраструктурой на период реформы задумывался в качестве обеспечения формирования конкурентного рынка операторов-перевозчиков).

Тем не менее, в силу тех или иных объективных и субъективных причин – задуманная идея реформы до конца реализована не была. Если на рынке грузовых вагонов – удалось реализовать выделение инвентарного парка ОАО «РЖД» и передачу его независимых операторов, большинство из которых были приватизированы и уже самостоятельно взяли на себя не только коммерческую работу с грузоотправителями и грузополучателями, но и обязанности по обновлению и расширению собственного парка вагонов, то на рынке уже пассажирских вагонов ввиду его принципиальной убыточности – реализация не удалась до текущего момента. По перевозкам дальнего следования практически монополистом остается дочерняя ОАО «РЖД» Федеральная пассажирская компания, выступающая оператором вагонов и поездов дальнего следования, в то время как на рынке пригородных перевозок были образованы порядка 22 региональных операторов пригородного сообщения – так называемые Пригородные пассажирские компании (ППК), остающиеся в собственности ОАО «РЖД» совместно с правительствами регионов. При этом только в отношении одной из этих ППК (а именно: Центральной ППК - ЦППК) была реализована возможность приватизации и полного выхода ОАО «РЖД» из капитала с принятием ЦППК на себя не только коммерческих функций, но и функций самостоятельного обновления и формирования парка подвижного состава. Причина такого положения в том, что только московский рынок пригородных перевозок является прибыльным и позволяет достичь ППК самоокупаемости (при том, на Москву и прилегающие регионы ЦФО приходится более 60% доли рынка российского пригородного сообщения по величине пассажирооборота и количества переведенных пассажиров). Остальные ППК ввиду глубокой убыточности и зависимости от бюджетных трансферов – не вызывают интереса у частных инвесторов.

Касательно рынков тяги и инфраструктуры – ввиду соображений политического характера, а также проблемы перекрестного субсидирования прибыльных грузовых и убыточных пассажирских перевозок – никаких решений по либерализации их – до текущего момента (2019 год) не принято, и монопольным оператором на них (за очень небольшим исключением собственных парков магистральных локомотив специализированных нефтеналивных операторов) остается ОАО «РЖД».

Рассмотрим подробнее ситуацию распределения выбора модели взаимодействия с промышленными предприятиями, обслуживающими отрасль, на рынках грузовых перевозок, пассажирских перевозок дальнего и пригородного сообщения.

На рынке операторов грузовых вагонов сложилась в основном кэптивная модель привязки вагоноремонтных предприятий к компаниям-операторам грузовых вагонов ввиду критической важности качественного и своевременного ремонта в их операционной деятельности.

На рынке ремонтов пассажирских вагонов дальнего сообщения и локомотивов сложилась в основном аутсорсинговая модель при сохранении независимости ОАО «РЖД» (которая вообще не очень позитивно рассматривает контроль над непрофильными активами, не имеющими прямого отношения к операционной деятельности), при этом следует отметить большое влияние на этот факт формирование олигополии данного рынка аффилированными структурами (Локотех - Трансмашхолдинг и СТМ-Сервис – Синара) двух основных холдингов-изготовителей подвижного состава. Однако, подобная ситуация может измениться при либерализации рынка, выделении независимых операторов локомотивной

тяги и дальнего пассажирского сообщения, их приватизации и реализации частных инвестиционных стратегий.

По рынку ремонтов моторвагонного подвижного состава пригородного сообщения – ситуация обратна. До текущего дня это рынок полностью контролируется Московским и Красноярским локомотиворемонтными заводами, которые являются 100% дочерними предприятиями ОАО «РЖД», что обусловлено тем, что РЖД остается монопольным заказчиком как владелец практически всего парка моторвагонного подвижного состава и даже ЦППК в основном контрактирует использование парка под собственные перевозки у РЖД (из 5000 используемых вагонов ЦППК только порядка 1000 вагонов составляет собственный парк).

Касательно обеспечения продукцией и услугами легкой промышленности (Фабрики-прачечные) перевозок дальнего следования, то РЖД порядка 10 лет назад была проведена реформа [8] с выделением и приватизацией данных предприятий, таким образом по этому рынку применяется в основном аутсорсинговая модель. Однако, могут существовать предпосылки изменения в сторону кэптивной модели при либерализации и приватизации рынка пассажирских перевозок также. Таким образом, исследование вопросов формирования стратегии и стратегического контроллинга существующих кэптивных промышленных предприятий имеет большое значение в части прогнозирования и определения закономерностей формирования развития промышленных корпоративных структур, ориентированных на рынки реформируемых сфер «естественных монополий».

Особенностями формирования стратегии кэптивных предприятий являются с одной стороны – зависимость от стратегии, стратегической и операционной эффективности материнских компаний так как в конечном итоге последние, являясь доминирующими заказчиками в структуре портфеля заказов на продукцию и услуги кэптивных промышленных предприятий, определяют перспективы и возможности развития, но с другой стороны – роль собственного менеджмента и его эффективности остается важной, так как в большинстве случаев для кэптивных предприятий ставится задача успешной работы на рынках сторонних заказчиков. Подобная двойственность парадигмы формирования стратегии кэптивных промышленных предприятий налагает отпечаток на показатели, используемые в рамках системы контроллинга [1] и стратегического контроллинга [2, 5]. Пример стратегических показателей развития кэптивного промышленного предприятия приведен в таблице 1.

Таблица 1. Основные показатели стратегического развития кэптивного промышленного предприятия

СТРАТЕГИЯ	Стратегические цели	Ед. изм.
1. Быть лидером в РФ по ремонту подвижного состава и капитальному ремонту колесных пар	<u>1. Объем Реализации</u>	
	Объем ремонта грузовых вагонов	ед.
	<u>2. Доля на сегментах рынка</u>	
	Обеспечить собственную долю рынка по ремонту подвижного состава	%
	Обеспечить долю рынка по ремонту инновационного подвижного состава	%
	Обеспечить долю рынка по ремонту колесных пар на кассетных подшипниках	%
	<u>3. Качество</u>	
	Обеспечить сдачу продукции заказчику с 1-го предъявления	%
	Снизить количество отцепок вагонов, отработавших менее 1 мес.	%

	Снизить количество отцепок вагонов в межремонтный период	%
2. Обеспечить диверсификацию бизнеса на уровне 20%	1. Производство пенополистирола	млн. руб.
	2. ...	
	3. ...	
3. Обеспечить непрерывный рост производительности труда	1. Внедрение производственных систем	%
	2. Повышение общей эффективности использования оборудования	%
	3. Организация потоков производства	%
	4. Постоянное развитие и поддержание кадрового резерва компании на 100% основных профессий	%
4. Обеспечить маржинальность по EBITDA	1. Разработка и организация программы мероприятий по снижению себестоимости	млн. руб.
	2. Обеспечить среднегодовое изменение индекса закупочных цен не более чем на +____% (прогноз 2018 г.)	%
	3. Непрерывное улучшение расходных коэффициентов	тыс. руб.
	4. Снижение условно-постоянных затрат относительно объема реализации	%
	5. Повышение эффективности работы ремонтных служб в части снижения затрат на обслуживание и ремонт	%

Построение системы стратегического контроллинга [7] строится на оценке исполнения приведенных в таблице 1 показателей стратегического развития, при этом ведется оценка отклонения, применяется система анализа и прогнозирования подобных отклонений а также система мер предупреждения и компенсации отклонений.

Риск-менеджмент также является важной составляющей стратегического контроллинга кэптивных промышленных предприятий.

Список литературы

1. Горшенина Е.В., Лихтарев Л.Ю. Управление предприятием с помощью системы сбалансированных показателей в контроллинге // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Экономика и управление». 2012. №26. С. 66–81
2. Задорнов К.С., Багаутдинова Д.З. Содержание и роль контроллинга на промышленном предприятии // Экономика и предпринимательство № 6.2015. С.846-849.
3. Коровин, М.Ю. Экономические методы эффективного развития железнодорожного транспорта при снижении доли участия государства в инфраструктурных проектах [Текст] / М.Ю. Коровин // Транспортное дело России. 2016. №1. С. 13-17.
4. Никитина, М.А. Взаимодействие грузообразующих компаний с инфраструктурным комплексом железнодорожного транспорта [текст]/ М.А. Никитина// Транспортное дело России. 2014. № 4. С.3-5.
5. Обухов О. В. , Емельянов А. А. Современное представление о концепции контроллинга // Вестник УГТУ-УПИ. 2011 г. №2.
6. Реутов Е.В. Формирование коммерческой инфраструктуры рынка в сфере грузовых железнодорожных перевозок. Дисс. ...канд. экон. наук. М.: ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 2017, 174 с.
7. Танчук Р.С. Управление развитием промышленного предприятия на основе использования инструментов контроллинга: моногр. Н.Новгород: НИУ РАНХиГС, 2013. 176 с.
8. Чистое удовольствие // Гудок. Выпуск 29.05.2009

**ДИНАМИКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОМПАНИИ КАК РЕЗУЛЬТАТ
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДИКИ ФИНАНСОВОГО УЧЕТА
THE DYNAMICS OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE COMPANY AS A RESULT
OF IMPROVEMENT OF METHODOLOGY OF FINANCIAL ACCOUNTING**

**Лисовская Ирина Анатольевна, Трапезникова Наталья Геннадьевна
Lisovskaya Irina Anatolyevna, Trapeznikova Natalia Gennadievna**

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,
Россия, Москва*

*Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Russia, Moscow
(e-mail: lisovskaya_ia@mail.ru, nata-trapeznikova@yandex.ru)*

Аннотация: Рассмотрено влияние изменения порядка учета операций аренды, установленное ФСБУ 25/2018, на динамику показателей финансовой отчетности, приведены прогнозные оценки динамики задолженности перед арендатором по договору аренды.

Abstract: The impact of changes in the accounting treatment of lease operations, established by FSBU 25/2018, on the dynamics of financial statements, the forecast estimates of the dynamics of debt to the tenant under the lease agreement are considered.

Ключевые слова: финансовое состояние компании, бухгалтерские стандарты, договоры аренды.

Keywords: financial condition of the company, accounting standards, lease agreements.

Современный период развития экономики России характеризуется высоким динамизмом, сопровождающимся нарастанием внешних и внутренних рисков, значительной инфляцией в сочетании с ростом тарифов и налоговой нагрузки, сжатием покупательной способности населения и рядом иных факторов. Сложившаяся ситуация требует от компании, ведущей коммерческую деятельность, продуманной финансовой политики, ориентированной на устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.

Отправной точкой построения эффективной финансовой политики является оценка финансового состояния, формирование которой является результатом проведения финансовой диагностики компании. В качестве основных аспектов рассматриваемой оценки выступают: ликвидность баланса, финансовая устойчивость, деловая активность, рентабельность, а также налоговая нагрузка (при наличии информации, которой, например, в стандартной ситуации не располагают внешние пользователи).

Основным источником внутренней информации, характеризующей динамику важнейших индикаторов финансового развития, к числу которых относятся: стоимость активов, собственного капитала, динамика прибыли, чистого денежного потока и иных, является финансовая отчетность, которая должна быть сформирована в полном соответствии с нормативными и иными регулирующими документами.

Начиная с 2018 г. в стране реализуется Программа разработки федеральных стандартов бухгалтерского учета на 2018-2020 гг. [1]. Согласно Программе будет принят комплекс новых федеральных стандартов бухгалтерского учета (далее – ФСБУ). Цель разработки и последующего введения ФСБУ в практику – обеспечение реального сближения с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО), которые позволяют сформировать более корректные оценки объектов учета для последующего отражения в отчетности.

Среди новых ФСБУ особо следует выделить ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» [2], а также проекты ФСБУ, находящиеся в настоящее время в стадии доработки (проекты ФСБУ по учету основных средств, нематериальных активов, запасов, дебиторской

и кредиторской задолженности и др.). Отличительными чертами всех вышеперечисленных документов / проектов является применение дисконтированных оценок, введение в отечественную практику понятия «справедливая стоимость», возможность изменения в период использования параметров амортизации – применительно к основным средствам и нематериальным активам и др. Введение вышеуказанных и иных новаций в учете приведет к существенному изменению качества финансовой отчетности, которое будет проявляется в изменении стоимости объектов учета, а также структуры баланса и отчета о финансовых результатах (далее – ОФР), что, в свою очередь, автоматически приведет к изменению уровня целого ряда показателей, характеризующих финансовое состояние компании.

С 1 января 2022 г. должен вступить в действие ФСБУ 25/2018, который по своему методическому подходу к изменению порядка учета и отражения арендных отношений максимально приближен к МСФО (IFRS)16 «Аренда»³. Последний, в свою очередь, внес кардинальные изменения в порядок учета аренды у арендатора [3], сделав обязательным использование единой модели учета арендованных объектов и обязательств по аренде в финансовой отчетности арендатора вне зависимости от вида аренды (операционной или финансовой).

Рассмотрим возможные изменения на примере.

Компания «Перевозчик», созданная в мае 2013 года, предоставляет услуги по перевозке нефтепродуктов по России. Для этих перевозок используются бензовозы (автомобили-цистерны), к которым предъявляются высокие требования по пожаробезопасности, предотвращению загрязнения окружающей среды и др. В связи с этим компания предполагает обновить парк действующих, ранее взятых в аренду бензовозов, срок полезного использования которых подходит к концу; для этого она планирует взять в финансовую аренду 8 автомобилей. Ключевые условия договора:

– компания «Перевозчик»: (а) может самостоятельно распоряжаться бензовозами в части выбора маршрута, объема загрузки (с учетом эксплуатационных ограничений), времени нахождения в пути и иных; (б) имеет право на получение всех экономических выгод, связанных с владением автомобилями. Арендодатель не имеет права заменять бензовозы в течение срока аренды. Перечисленные условия позволяют квалифицировать рассматриваемый договор как договор аренды, попадающий под действие ФСБУ 25/2018. С учетом того, что в конце срока аренды к арендатору переходит право собственности на арендованные автомобили, аренду следует признать финансовой;

– справедливая стоимость одного автомобиля – 4520 тыс. руб.; авансовый платеж – 1000 тыс. руб.; процентная ставка по договору – 12,1%; период аренды и срок полезного использования – 4 года; количество арендуемых автомобилей – 8 единиц. Часть задолженности, оставшаяся на последний день последнего года аренды, будет рассматриваться как выкупная цена автомобилей. Для простоты расчета признаем, что договор вступает в действие 1 января.

Таблица 1. Обязательства по аренде перед арендодателем

Тыс. руб.

Год аренды	Параметры расчета для одного автомобиля				Обязательство по аренде по 8 автомобилям на конец года
	Обязательство по аренде на начало года	Ежегодный арендный платеж (в начале периода)	Процентные расходы	Обязательство по аренде на конец года	
1-й	3520,0	1035,0	300,7	2785,7	22285,5
2-й	2785,7	1035,0	211,8	1962,5	15700,1
3-й	1962,5	1035,0	112,2	1039,7	8318,0
4-й	1039,7	1035,0	1,0	5,3	42,4

³ В рамках статьи не ставится задача рассмотреть различия ФСБУ 25/2018 и МСФО (IFRS) 16.

Как видно из табл. 1, в конце 1-го года аренды обязательства перед арендодателем составят 22285,5 тыс. руб. При погашении по установленному графику обязательства будут меняться в соответствии с данными, указанными в таблице.

На дату получения автомобилей при отсутствии иных прямых затрат «Перевозчик» должен признать объект «Право пользования бензовозами» в сумме их первоначальной стоимости, равной 36.160 (4520 x 8) тыс. руб.; при применении линейного метода ежегодная сумма амортизации составит 9040 тыс. руб.

Таким образом, в бухгалтерском балансе «Перевозчика» на конец 1-го года аренды:

- в составе внеоборотных активов по статье «Основные средства» дополнительно появится остаточная стоимость арендованных активов (27120 тыс. руб.);
- в составе обязательств по статье «обязательства по аренде» появятся долгосрочные (15700,1 тыс. руб.) и краткосрочные обязательства (6585,4 тыс. руб.).

В ОФР за этот же период будут отражены расходы на амортизацию (9040 тыс. руб.) и процентные расходы (2 405,48 тыс. руб.).

Представленные расчетные данные свидетельствуют о том, что качество отчетности изменится, а существенность этих изменений будет зависеть от доли стоимости арендованных объектов в общей стоимости активов компании.

Бухгалтерский баланс. В течение всего срока аренды в балансе будут отражены активы (в сумме несамортизированной части стоимости объекта «Право пользования») и обязательства по аренде, которые ранее могли и не признаваться (поскольку могли учитываться на балансе арендодателя). При прочих равных это:

- приведет к снижению ликвидности баланса: коэффициенты ликвидности начнут снижаться за счет роста краткосрочных обязательств;
- ухудшит финансовую устойчивость: рост обязательств негативно отразится на уровне коэффициента финансового левериджа и иных, основой расчета которых является соотношение собственного и заемного капитала;
- вызовет снижение оборачиваемости основных средств, если только это не будет компенсировано соответствующим ростом выручки от перевозки нефтепродуктов;
- вызовет изменение соотношения дебиторской и кредиторской задолженности (положительные или отрицательные – в зависимости от исходных данных).

По мере приближения к дате завершения договора обязательства будут уменьшаться, а уровень перечисленных выше показателей – повышаться, т.е. уровень воздействия отмеченных негативных изменений будет снижаться.

Отчет о финансовых результатах. Применительно к ОФР:

- из состава операционных расходов уйдут арендные платежи, но добавится амортизация арендованных объектов, что приведет к изменению величины операционной прибыли и других близких к ней индикаторов эффективности деятельности;
- статья «Прочие расходы» увеличится на сумму финансовых расходов;
- за счет роста амортизации вырастет EBITDA, что следует оценивать положительно, особенно применительно к компаниям, оценка стоимости бизнеса которых выполняется преимущественно по этому показателю.

Отчет о движении денежных средств. В ОДДС будет наблюдаться перераспределение денежных потоков между текущей и финансовой деятельностью (в которой сейчас согласно одноименному ПБУ 23/2011 отражаются лизинговые платежи).

Близкие по содержанию оценки высказаны в работах, рассматривающих содержание МСФО (IFRS) 16 [4, 5, 6].

Вместе с тем необходимо иметь в виду, что описанные изменения касаются только одного, рассматриваемого отдельно договора. При наличии портфеля договоров аренды динамика вышеперечисленных показателей будет зависеть от условий этих договоров. Договоры, составляющие портфель, могут иметь условия, оказывающие разнонаправленное влияние на отчетность; при этом суммарный эффект влияния на расходы и иные индикаторы финансового состояния может быть нейтральным.

Предстоящие существенные перемены в финансовой отчетности арендатора, вызванные переходом на ФСБУ 25/2018, без сомнения, будут оказывать влияние на решения заинтересованных пользователей, рассматривающих динамику ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности и иных аспектов финансового состояния компании как ключевой фактор принятия положительного решения.

Как отмечает М.Б.Арчакова-Ужахова [7], переход к новому порядку отражения аренды может привести к нарушению ранее установленных в долгосрочных кредитных договорах финансовых ковенант (т.е. необходимости поддержания установленного уровня заявленных финансовых показателей), которые фиксируются при предоставлении финансирования⁴. Во избежание формирования негативных оценок со стороны кредиторов следует оценить предстоящие изменения для корректировки условий ранее заключенных договоров и определения возможных к обеспечению ковенант и параметров будущих договоров.

Необходимо иметь в виду, что в российской практике ряд компаний одновременно выступает и в роли арендатора, и в роли арендодателя. Несмотря на то, что общий порядок учета для арендодателя практически не изменился, таким компаниям также необходимо оценить будущие изменения для принятия эффективных решений в отношении операций аренды.

Список литературы

1. Программа разработки федеральных стандартов бухгалтерского учета на 2018 - 2020 гг. приказ Минфина России от 18.04.2018 № 83н, СПС «КонсультантПлюс»
2. Бухгалтерский учет аренды (ФСБУ 25/2018), приказ Минфина России от 16.10.2018 № 208н СПС «КонсультантПлюс»
3. Лисовская И.А., Трапезникова Н.Г. МСФО (IFRS) 16 «Аренда»: новации учета договоров аренды в финансовой отчетности арендатора. // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление. 2017. № 3 (35). С. 49-62.
4. Deloitte. МСФО 16 «Аренда». Краткий обзор. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/audit/IFRS_news/25-january-2016-rus.pdf
5. Financial Reporting Alert: IFRS 16 Leases. Chartered Professional Accountants. 2017. <https://www.cpacanada.ca/-/...accounting.../financial-reportin>
6. KPMG. МСФО (IFRS) 16 «Аренда». Более прозрачный бухгалтерский баланс. Серия «Первый опыт применения». Январь 2016. <https://home.kpmg/content/dam/Kpmg/pdf/2016/07/ru-ru-first-impressions-ifrs16-2016-rus.pdf>
7. М.Б.Арчакова-Ужахова МСФО (IFRS) 16 «Аренда»: Влияние нового подхода на финансовые показатели. // Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты, 2016, №2. <https://finotchet.ru/authors/info/archakova/>.

⁴ Позиция М.Б.Арчаковой-Ужаховой высказана в отношении МСФО (IFRS)16 «Аренда», однако она полностью применима и к ФСБУ 25/2018.

**ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ И
УРОВЕНЬ РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ АЗЕРБАЙДЖАН
THE DYNAMICS OF PRODUCTION AND INVESTMENT ECONOMY OF THE
REPUBLIC OF AZERBAIJAN**

**Мамедов Физули Азиз оглы *, Мусаева Джамила Газанфар кызы **
Mamedov Fizuli Aziz *, Musayeva Camila Qazanfar ****

**Азербайджанский Технологический Университет, Азербайджан, Гянджа
*Azerbaijan Technological university, Azerbaijan, Ganja
(Fizuli.economist@gmail.com)*

***Мингечаурский Государственный Университет, Азербайджан, Мингечаур
**Mingachevir State University, Azerbaijan, Mingachevir
(iqtisadiyyat2018@mail.ru)*

Аннотация: В работе на примере Азербайджанской Республики впервые исследуется коренная проблема экономической науки- формирование межэкономических пропорций в условиях становление новых экономических отношений, изучается круг актуальных вопросов, связанных с образованием макроэкономических пропорций национальной экономики Азербайджана.

Abstract: The republic inherited serious structural problems from the Soviet economy: exaggerated development of heavy industry, especially mining and primary processing of resources; the lag of industries producing final products; neglect of the consumer sector and the service sector. It became economically obvious the need for major structural changes aimed at activating the deep and long-term mechanisms for reforming the economy through labor motivation, revitalization of business, labor, investment, foreign economic activity.

Ключевые слова: экономика, конкуренция, ресурсов, кризис, динамика
Keywords : economics, competition, resources, crisis, dynamics

Экономическая стратегия государства должна быть направлена на разумное использование сырьевого потенциала, переход от сформированного сырьедобывающего производства к созданию единого народнохозяйственного комплекса, нацеленного на развитие потребительского и социального секторов.

При продолжающемся процессе экономика республики все более будет утрачивать функцию своего жизнеобеспечения. Тому подтверждением служит образовавшаяся схематичная зависимость экспорт сырья получение валюты (обычно безэквивалентно)- импорт предметов потребления и снова экспорт сырья. При пролонгировании такой тенденции сфера деятельности обрабатывающей промышленности и сельского хозяйства будет продолжать снижаться, а в связи со значительно меньшим спадом производства в отраслях добывающего сектора его доля в общественном производстве станет и далее расти.

Если до конца 80-х годов трудности, связанные с усилением структурно-технологических диспропорций в бывшем едином народнохозяйственном комплексе могли решаться потенциальными возможностями интегрированных экономик, то в последующем эти возможности были утрачены, вследствие прогрессирующей ограниченности инвестиционных ресурсов. В итоге, народнохозяйственная структуры утяжелялась под влиянием непропорционального увеличения удельного веса базовых отраслей и устойчивого повышения доли технологически и морально устаревшего оборудования [1].

Коренной переворот в способе производства начался еще со времен механизации труда, при котором темпы роста отраслей, производящих средства производства, стали резко опережать темпы отраслей, производящих предметы потребления. Такое соотношение в

большей мере предопределило массовое разрушение природной среды. Однако, соотношение отраслей обоих подразделений, сложившееся с тех пор, не обязательно должно оставаться неизменным. Так, массовая индустриализация производства привела к исключительно нерациональным воспроизводственным пропорциям, при которых каждый пункт прироста продукции отраслей, работающих на нужды конечного потребления, требует двойного или тройного увеличения отраслей, производящих средства производства. За длительный период экономического развития в технической области абсолютно преобладала тенденция на повышение производительности труда. Относительно же добычи исходных продуктов природы, сырья-это вело к громадному росту объемов их добычи за определенный период времени. Но добычи нарастающих объемов природных ресурсов имеет и очень отрицательную сторону, т. к. ведет к пагубному истощению природных ресурсов и экономическому кризису. Но существует альтернативное решение, заключающееся в том, чтобы обеспечивать потребности общества в энергетических ресурсах с помощью новой техники и технологии не только путем валового наращивания добычи сырья, но и путем сокращения удельных затрат на единицу предметов конечного потребления. Экономическое развитие многих стран, прошедших путь опережающего роста отраслей производящих средства производства, свидетельствует о необходимости перехода экономики к оптимальным пропорциям, так как уменьшению доли этих отраслей в общественном производстве нет объективных препятствий. Перспективы перестройки воспроизводственной структуры в принципе создали бы предпосылки для решения актуальных взаимосвязанных проблем: снижение темпов и уменьшение масштабов разрушительного использования природных ресурсов, значительное улучшение жизненного уровня населения.

Сложность современного периода заключается в том что структурная перестройка должна сочетаться с рыночными потребностями, которые являются составной, неотъемлемой стороной, атрибутом производственно-экономической структуры, пассивной по своей природе. Экономика, функционирующая на рыночных принципах, предполагает конкуренцию, рост потребительского сектора, оптимальное определение затрат и цены. Важнейшей функцией государства, проходящего переходный период, должно стать повышение его роли в формировании оптимальных затрат природных ресурсов, сырья, материалов, а также трудозатрат. Роль государства в оживлении экономики должна быть ориентирована на защиту республики от сырьевых притязаний развитых стран и предотвращение полукOLONиальной, сырьевывозящей тенденции развития народного хозяйства [2].

Отраслевая деформация промышленности Азербайджана за трансформируемый период указывает на то что экономический рост, начавшийся в последние годы, не способствует пока преодолению сложившихся диспропорций воспроизводственного процесса. Имеет место определенное ослабление негативных тенденций макроэкономической динамики. Образовавшиеся макроэкономические деформации определились тенденциями общего характера, формируемыми едиными требованиями мирового рынка к эффективности производства и качеству выпускаемой продукции.

Для исследования особенностей экономических процессов приведем также производственную структуру промышленности по делению на ресурсопроизводящие и ресурсообрабатывающие отрасли, включая в состав первых электроэнергетику.

Таким образом, сохранение названных тенденций в течении достаточно долгого периода указывает на их постоянный характер действия в следующем порядке. В результате вхождения в систему мирохозяйственных связей национальная экономика переориентировалась на развитые и среднеразвитые страны рыночной экономики. В торговле же по экспортной части с этими странами преобладают добывающие отрасли, которые свою продукцию на мировом рынке обменивают на продукцию обрабатывающих отраслей в связи с тем, что продукция отечественного потребительского сектора не конкурентоспособна. Так как продукция обрабатывающих отраслей не отвечает требованиям

мирового рынка, она не может адекватно обмениваться на продукцию добывающих отраслей. Расширяющиеся связи с мировым рынком добывающих отраслей ограничивают их спрос на продукцию обрабатывающих отраслей национальной экономики на данной стадии трансформационного периода [3].

Поэтому динамика добывающих и обрабатывающих отраслей носит разнонаправленный характер, выражающийся в том, что они не могут обмениваться своей продукцией на внутреннем рынке. Вследствие этого в добывающих отраслях снижается спад производства, начинается постепенный рост и переход к нарастающим темпам развития, как это видно по динамике топливно-сырьевых отраслей промышленности республики. Стало быть, чем глубже добывающие отрасли вовлекаются в мировую экономическую систему, тем сильнее становится спад производства в перерабатывающих отраслях, на что указывает рост производства в добывающих отраслях и спад в обрабатывающих отраслях Азербайджанской Республики. Значит, увеличивается структурная деформация промышленности в сторону гипертрофированного развития добывающих отраслей. Республика с такой деформированной структурной становится дешевым сырьевым рынком для развитых стран, т. к. экономическая интеграция с подобными ресурсовывозящими странами не имеет экономической перспективы.

Заключение: Экономическая реальность требует изменения этих структурных диспропорций для установления подлинной стабильности и перехода к устойчивому росту. Для перехода к устойчивому росту необходимо сочетание активизации роли государства и эффективного функционирования частного сектора в целях совершенствования производственной, инвестиционной, внешнеэкономической деятельности. Несмотря на некоторые положительные результаты социально-экономического развития в республике за последние годы основные негативные тенденции не исчезли, а закономерности экономического развития требуют продолжения рыночного реформирования, основывающегося на объективных принципах экономического развития и нацеленного на построение социально ориентированной рыночной экономики, сочетающей условия интеграции в мировую экономику и перспективы роста национальной экономики.

Список литературы

1. Мустафаева Н.М. Формирование макроэкономических пропорций в трансформируемой экономике Баку: “Элм” 2005, с.276
2. Юзбашиева Г.З. Реструктуризация промышленности Азербайджана Б. Элм, 2003. с. 352
3. Ясин Е. Экономический рост как цель и как средство ис-л “Вопросы экономики” 2001г., №9, с. 4-14

УДК 658.013

ФОРМИРОВАНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОПОРЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ АЗЕРБАЙДЖАНА В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ FORMATION OF MACROECONOMIC PROPORTIONS ON THE CONDITIONS OF NEW ECONOMIC

**Мамедова Хадиджа Физули кызы
Mamedova Khadidja Fizuli**

*Гянджинский государственный университет, Азербайджан, г. Гянджа
Gandja State University, Azerbaijan Gandja
(Fizuli.economist@gmail.com)*

Аннотация: В работе рассмотрена динамика социально-экономических пропорций последних десятилетий социалистической системы. Кризисные явления во всех сферах народного хозяйства показали, что трансформация к принципиально новой системе,

основанной на рыночных принципах ставит перед экономической наукой необходимость решения множества теоретических и практических проблем.

Abstract: Correlation between accumulation and consumption belongs to a numbers of the most important general economic proportions of national economy. Tendency of accumulation and consumption is correlated and relatively reversed. The more great part of additional product appeals to accumulation, the less it goes to increasing of current consumption of society, and on the contrary, the more big part of created product used for increasing current consumption, the less opportunities dispose society for increasing accumulation, extending production. So inevitably occurs problem of combination of accumulated and consummated parts of created product. Process of accumulation is defined by economic theory as creating abundance of product as result of growth of production above consumption.

Ключевые слова: экономика, предприятия, конкурентоспособность, методика, продукт
Keywords: economics, enterprises, competitiveness, methods, product

Направленность к коренным системным преобразованием в решающей степени стала результатом проводившейся макроэкономической политики, обусловившей разрыв основных воспроизводственных пропорций. За последние десятилетия существования социализма сформировалось общество, которое по параметрам неравенства значительное отличалось от большинства развитых рыночных экономик. Таким образом, произошел скачок от образцового эгалитаризма к резкому социальному неравенству. Не смотря на то что все бывшие социльные республики имеют общую задачу-построение развитой рыночной экономики, однако проводимые в постсоветских странах экономические реформы резко различаются по глубине и темпам. Направленность реформ зависит не только от экономического потенциала той или иной страны, но и в большей мере от ряда политических, социальных факторов, исторических особенностей. Если недавно экономические связи республик в значительной мере ограничивались пределами общественного государства с очень незначительным выходом на внешний рынок, то резкая переориентация национальных экономик, не связанных с дальним зарубежьем, весьма сложна из-за низкой, конкурентоспособности производимой отечественной продукции на мировом рынке.

Каждый социально-экономический этап в своем развитии уникален как и современный трансформационный период перехода и развитым рыночным отношениям. Переход к рыночным отношениям и становление национальной экономики в республике происходит в единовременно при ориентации не только на ближнее зарубежье, но и на страны дальнего зарубежья как в восточном, так и в западном направлении. В этот период создается новая национальная экономическая система независимого государства как с помощью увеличения масштабов иностранных инвестиций, так и зарождения и формирования национального предпринимательства на основе использования природного и трудового потенциала.

Проблемы рыночной трансформации необходимо решать с учетом временных и пространственных особенностей. Одним из основных методологических принципов исследования является изучение проблем трансформационного периода на макроэкономическом уровне. На макроэкономическом уровне наиболее собирательно и обобщенно концентрируются результаты функционирования экономики республики, отражаются сформированием пропорции между сферами и отраслями народного хозяйства, в процессе производства, распределения, использования составных частей общественного производства, выявляются воспроизводственные тенденции, а также итоги социального развития и эффективность участия в международном разделении труда. Следует отметить, что масштабность и структура изучаемых проблем посвящены одному из сложных периодов в экономической динамике начавшегося с приобретения государственной независимости, процесса формирования экономической самостоятельности. В период трансформации воспроизводственная, отраслевая и социальная структура экономики республики претерпели значительные изменения. Процессы приобретения экономической самостоятельности,

перехода к рыночной экономике и вхождения на новых началах в общемировую экономическую систему происходили параллельно в едином трансформационном периоде. Исследование трансформационных процессов основывалось на допущении таких методологических принципов, как изменчивость социально-экономических процессов, многовариантность, возвратность, допустимость циклического характера, непредвиденность, зависимость от субъективных факторов, не второстепенное значение социальных факторов экономического развития в диалектически взаимозависимой системе.

При изучении динамики макроэкономических пропорций, отраслевой структуры производственной и непроизводственной сфер в работе анализируются сдвиги в воспроизводственной структуре, определяются тенденции структурных сдвигов, их влияние на социальные последствия. Исследование процесса формирования макроэкономических пропорций в трансформационный период имеет немаловажное значение, т.к. по их образовавшемуся состоянию можно определить и прогнозировать основные тенденции развития национальной экономики, темпы её развития в предстоящий период, предвидеть негативные последствия, возможности их устранения, а также способствовать к приближению к более развитой ступени рыночной экономики и вхождению в мировую хозяйственную систему на взаимовыгодных условиях. Исследование динамики и структуры формирования макроэкономических пропорций будет способствовать принятию правильных решений по определению стратегических направлений внутриэкономических и внешнеэкономических ориентиров на основе общетеоретических положений и национальных особенностей развивающейся экономики. Экономическая изоляция как прежде в условиях глобализации практически уже невозможна, т.к. лишает экономику данной страны возможностей прогрессивного развития с использованием преимуществ международного разделения труда. В настоящий период, несмотря на расширение сферы внешнеполитической деятельности, участие республики в мировой хозяйственной системе носит односторонний характер. В этих направлениях правительством Азербайджана проведено много работ по построению новой экономической системы, коренным преобразованием в отношениях собственности, создания определённой правовой базы, проведению экономических реформ, преобразованию социальной системы, координированию внешнеэкономических связей и др.

Динамизм экономического и социального развития, глубокие качественные и количественные изменения в структуре народного хозяйства, возможности более эффективного использования природно-сырьевых, трудовых, финансовых ресурсов требуют развертывания научных экономических исследований по проблемам самостоятельной экономики, темпов и пропорций экономического развития во взаимосвязанной системе экономических интересов на различных стадиях международного разделения труда. Многие проблемы экономического развития формирования пропорций на различных уровнях и этапах общественно-экономического роста предперестроечного и постсоциалистического периода были предметом особого внимания зарубежных ученых-экономистов.

Научные труды названных ученых-экономистов имеют большое научное и практическое значение в свете последовательного анализа предперестроечного, трансформационного и перспективного периодов развития экономики республики. Выдвинутые в этих трудах положения и экономическая оценка результатов функционирования отраслей и сфер деятельности народного хозяйства республики изучены и использованы в данном исследовании. Разумеется, не умаляя значения и уровня всех научных разработок, проведённых перечисленными авторами, отметим, что в предлагаемом исследовании круг исследуемых вопросов, их последовательность, структура, своеобразие подхода, анализируемые периоды в определённой мере отличается от работ вышеназванных авторов.

Заключение: В работе сделана попытка определить важнейшие направления развития устойчивого типа через совершенствование структуры производства, распределения и использования ВВП, улучшения динамики макропропорций, повышения эффективности

общественного производства на основе реального задействования мотивационных принципов рыночной экономики.

Список литературы

1. Красникова Е. Рыночная трансформация российской экономики как процесс первоначального накопления капитала // Вопросы экономики. 2000, №2, с. 142-154
2. Мустафаева Н.М. Формирование макроэкономических пропорций в трансформируемой экономике. Издательство Б. «ЕЛМ» 2005. С. 272.

УДК 677.076.44

ИННОВАЦИОННЫЕ РАЗРАБОТКИ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫХ НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ СЕКТОРОВ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РФ INNOVATIVE DEVELOPMENT OF NONWOVEN INSULATION MATERIALS TO VARIOUS SECTORS OF RUSSIAN INDUSTRY

Мезенцева Елена Викторовна ^{*}, Иванов Владислав Викторович ^{**},
Мишаков Виктор Юрьевич ^{*}
Mezentseva Elena Viktorovna ^{*}, Ivanov Vladislav Viktorovich ^{**},
Mishakov Viktor Yurievich ^{*}

^{*}Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: yelena_ev@mail.ru)

^{**}ООО «Термопол», заводы нетканых материалов, Россия, Москва
Thermopol, LLC, factories of nonwoven materials, Moscow, Russia
(e-mail: info@thermopol.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые наиболее актуальные и перспективные инновационные разработки теплоизоляционных нетканых материалов для различных секторов промышленности РФ. Проанализированы возможности широкого применения высокотехнологичных материалов отечественного производства.

Abstract: Some of the most relevant and promising innovative developments of thermal insulation nonwovens for various sectors of industry of the Russian Federation are considered. The possibilities of wide application of high-tech materials of domestic production are analyzed.

Ключевые слова: нетканые материалы, промышленность РФ, инновации, внедрения, теплоизоляция.

Keywords: nonwovens, industry of the Russian Federation, innovation, implementation, insulation.

Целью настоящего исследования является анализ инновационных разработок теплоизоляционных нетканых материалов для различных секторов промышленности РФ.

Объектом исследования являются разработки и возможности применения термоскрепленных нетканых материалов для достижения высокоэффективной теплоизоляции.

Предметом исследования являются нетканые материалы и технологии их применения для различных секторов промышленности.

Главной особенностью объекта исследования является нестандартность применения термоскрепленных нетканых материалов в качестве теплоизоляции.

В последние годы наблюдается изменение принципов применения теплоизоляционных материалов и технологий в различных секторах промышленности РФ (текстильная, обувная, строительство, сельское хозяйство и др.).

Развитие технологий, новое понимание среды обитания и жизнедеятельности приводит к увеличению объема полимерных материалов, применяемых во всех индустриальных направлениях. Предпосылками указанной тенденции являются задачи повышения энергоэффективности использования материалов, экологичности и безопасности, снижения массы изделий и объектов, их себестоимости.

Для России применение нетканых материалов в инновационных сферах порой становится «открытием» с существенным опозданием. Однако в сфере нестандартного применения нетканых материалов в изделиях и конструкциях отмечается рост инновационных разработок.

Технический текстиль (в частности, нетканые материалы) сегодня становятся драйвером таких процессов, как:

- бережное отношение к природе и ресурсам;
- полирециклинг;
- теплосбережение;
- эффективное энергопользование.

Сегодня инновационные разработки теплоизоляционных нетканых материалов внедрены в конструкциях утепленной одежды и обуви, применяемой во всех климатических регионах РФ [1]; в строительстве в качестве универсальных тепло-, звуко-, огнезащитных долговечных и безопасных материалов; в качестве элементов технологий на композиционной основе широкого спектра применения [2].

Применение передовых теплоизоляционных нетканых материалов приводит к изменению принципов конструирования изделий и объектов, разработке новых технических нормативов, формированию взглядов промышленников и предпринимателей.

Несмотря на то, что первые успешные испытания нетканых материалов Холлофайбер® по строительному направлению были завершены НИИСФ еще в 2005 году [3], практически десятилетие потребовалось для внедрения нетканых материалов (внешнее утепление, подкровельный, межэтажный и межвенцовый утеплитель). Сегодня высокотехнологичные нетканые утеплители конкурируют с распространенными теплоизоляционными материалами (минеральной ватой, пенопластом, полистиролом и т.п.).

Актуализируется спрос на инновационные идеи теплоизоляции при возведении каркасно-тентовых конструкций, ангаров, ферм, юртовых и купольных сооружений, четвертьхаусов, наряду с традиционным применением в гражданском и промышленном строительстве, в частности, деревянном домостроении, каркасных сооружениях (Таб.1).

Одним из самых перспективных направлений является саморегулируемая теплоизоляция на основе интеллектуальной волокнистой системы [4]. Данные разработки выходят за границы текстильной промышленности. Технология является перспективной для строительства, производства обуви, домашнего текстиля и продукции для спорта и туризма, мебельной и матрацной промышленности и т.п. Проблемы энергоэффективности и термической изоляции зданий и сооружений, а также трубопроводов, механизмов, агрегатов активно изучаются в РФ и за рубежом и требуют дополнительных комплексных исследований.

В 2016-2018 гг. отечественным производителем – ООО «Термопол», заводы нетканых материалов, г. Москва, были презентованы новинки для серийного производства: нетканые теплоизоляционные материалы Холлофайбер® ТЕРМО (саморегулируемый), Холлофайбер® КАРБО (дугостойкий), Холлофайбер® СОФТ НГ (огнестойкий) [5]. Серия новой продукции отразила эволюцию промышленности в области разработки и выпуска материалов с такими свойствами, которые ранее не были реализованы в синтетических теплоизоляционных системах.

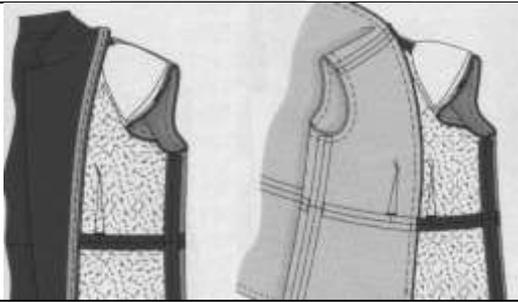
Развитие теплоизоляционных нетканых материалов признается перспективным промышленным направлением. В «Стратегии развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года» отмечается, что создаваемые инновационные технологии будут обеспечивать качественные параметры продукции,

соответствующие или превосходящие показатели имеющихся аналогов за рубежом. Эффективность внедрения инновационных технологий высока, особенно в отделочных производствах текстильных предприятий [6].

В настоящее время разрабатываются проекты на ближайший 20-50-летний период разработки и внедрения. Это: 1) композитные теплоизоляционные материалы (альтернатива металлу, камню, бетону), 2) теплоизоляционные материалы с дополнительными свойствами (бактерицидные, адаптируемые под весовую нагрузку, с защитой от электромагнитного излучения, с терморегуляционными функциями), 3) теплоизоляционные материалы с одновременно функционирующими универсальными свойствами: огнестойкость, водорепеллентность, дугостойкость, морозостойкость и пр.), 4) полирециклинговые теплоизоляционные нетканые материалы. Таким образом, анализ некоторых наиболее актуальных и перспективных инновационных разработок теплоизоляционных нетканых материалов для различных секторов промышленности РФ позволяет сделать выводы перспективности и широких возможностях применения высокотехнологичных материалов для отечественной импортозамещающей и экспортоориентированной производства.

Таб.1. Примеры применения нетканых теплоизоляционных материалов в инновационных конструкциях объектов

Применение	Фото
Уплотнитель и утеплитель в кладке стеновых строительных керамзитобетонных блоков [7]	
Купольные конструкции [8]	
Утеплитель и шумоизоляция в конструкциях с двутавровыми балками и сип-панелями [9]	
Саморегулируемые нетканые материалы в защитной одежде («зонированный» принцип) [10, 11]	

<p>Терморегуляционные нетканые материалы в защитной одежде («полимодульный» принцип) [11, 12]</p>	
<p>Теплоизоляционные нетканые материалы в защитной одежде («универсальный» принцип) [13, 14, 15]</p>	

Список литературы

1. Мезенцева, Е.В. Утепленная верхняя одежда: социологический анализ предпочтений Россиян / Е.В. Мезенцева, В.Ю. Мишаков, М.С. Готовкина // Дизайн и технологии, № 65(107). М: РГУ им. А.Н. Косыгина. - 2018 – С. 122 – 130.
2. Трещалин, Ю.М. Композиционные материалы на основе нетканых полотен / Ю.М.Трещалин. – Москва: МГУ им. М.В.Ломоносова, 2015. – С. 38-41.
3. Иванов, В.В. Научные исследования как неотъемлемый фактор внедрения инноваций (на примере деятельности заводов нетканых материалов «Термопол», Холлофайбер™ / В.В.Иванов, Е.В. Мезенцева // XX международный научно-практический форум Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX-2017): матер.форума, 22-26 мая 2017 года. – Иваново: ИВГПУ, 2017. – С.25-31.
4. Мезенцева, Е.В. Инновационные методы создания термоизоляционных саморегулирующихся волокнистых систем в «умной одежде» // XXI международный научно-практический форум Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX-2018): матер.форума, 26-28 сентября 2018 года. – Иваново: ИВГПУ, 2018. – Ч.2. – С. 78-81.
5. Мезенцева, Е.В. Современные технологические подходы к повышению теплоизоляционных свойств утепленной одежды / Е.В. Мезенцева, В.В. Иванов, В. Ю. Мишаков // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – 160-164 с.
6. ФЗ от 28 июня 2014 года № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» документов стратегического планирования по вопросам, находящимся в ведении Правительства Российской Федерации, на 2016–2018 годы.
7. Innoblock // 2019. <http://innoblock.ru/>
8. Chetverthouse // 2019. <http://chetverthouse.ru/>
9. Моссип // 2019. <http://enter-city.ru/>
10. Д'Арби // 2019. <http://darbipalto.ru/>
11. Мезенцева, Е.В. Перспективные подходы к повышению термоизоляционных свойств одежды: «следующие шаги», технологии, инновации / Е.В. Мезенцева, В.В. Иванов, В.Ю. Мишаков. // XXI международный научно-практический форум Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX-2018): матер.форума, 26-28 сентября 2018 года. – Иваново: ИВГПУ, 2018. – Ч.2. – С.82-87.

12. Министерство обороны Российской Федерации: Публикации // 2019. <https://structure.mil.ru/>
13. Мезенцева, Е.В. Современные модификации сырья для текстильных полотен / Е.В. Мезенцева, В.В. Иванов // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международ. научно-технической конференции. Часть 2. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – 113-116 с.
14. Обновка своими руками // 2019. <http://obnov-ka.ru/>
15. Готовкина М.С., Мезенцева Е.В. Маркетинговый анализ конъюнктуры рынка теплоизоляционной верхней зимней одежды (на примере Курской и Белгородской областей) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2018. Т. 4, № 4.

УДК 677.076.44

**ИННОВАЦИОННЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИИ В СОЗДАНИИ
ОДЕЖДЫ. МЕТОДЫ АНАЛИЗА.
THE INNOVATIVE PRINCIPLES AND APPROACHES OF THERMAL INSULATION IN
CREATING CLOTHES. METHODS OF ANALYSIS.**

**Мезенцева Елена Викторовна, Мишаков Виктор Юрьевич
Mezentseva Elena Viktorovna, Mishakov Viktor Yurievich**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: yelena_ev@mail.ru)*

Аннотация: Рассмотрены принципы эффективного использования термо- и саморегулируемых волокнистых материалов в комплектах одежды. Произведена оценка свойств интеллектуальных текстильных материалов, используемых в качестве утепляющего слоя одежды в условиях реальной эксплуатации.

Abstract: The principles of the effective use of thermo- and self-regulating fibers materials in winter clothes are considered. The evaluation of the properties of intelligent textile materials used as a thermal insulation layer of clothing in real climatic conditions has been made.

Ключевые слова: нетканые материалы, термоманекен, комплект одежды, перспирация, саморегуляция, интеллектуальная волокнистая система, терморегуляция.

Keywords: nonwoven materials, thermal manikin, winter clothes, perspiration, self-regulation, intellectual fiber system, thermal regulation.

Целью настоящего исследования является разработка инновационных принципов теплоизоляции в создании одежды для защиты от пониженных температур, а также методы их оценки.

Объектом исследования являются нетканые материалы на базе интеллектуальной волокнистой системы с функциями саморегуляции.

Предметом исследования являются принципы использования термо- и саморегулируемых нетканых материалов при создании одежды.

Данная разработка является продолжением исследований теплоизоляционных саморегулирующихся волокнистых систем в «умной одежде», представленных ранее на международных научно-практических форумах и конференциях [1, 2, 3, 4, 5].

Главной особенностью объекта исследования (торговое название - Холлофайбер® ТЕРМО) является интеллектуальная волокнистая система, способная к адаптивным функциям к различным изменяющимся условиям внешней и внутренней среды. Разработанный материал способствует накоплению адсорбционного тепла в слое одежды за счет преобразования накапливаемого в пододежном пространстве водяного пара, формируя таким образом максимально комфортную температурно-влажностную среду между слоем

одежды и телом человека. Инновационный материал обеспечивает преобразование кинетической энергии поглощенного водяного пара в тепловую энергию для поддержания температуры внутри пакета одежды, причем, Холлофайбер® ТЕРМО способен откликаться на физиологические изменения человека: активное движение, обездвиженное положение, реагировать на резкий перепад внешней температуры и т.п. Избыточно поглощенная влага удаляется из одежды в том числе в статичном положении путем парциального давления, особенностей строения материала и волокнистого сырья.

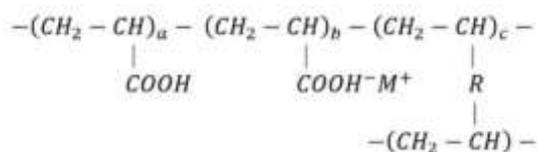
Под свойством «саморегуляции», в данном случае, понимают ощутимое компенсирующее воздействие, позволяющее сохранять стабильный тепловой комфорт в одежде при резком изменении условий окружающей среды (выход/вход в/из помещения, резкие порывы ветра, осадки), А под «терморегуляцией» - длительное сохранение комфортного теплоощущения без признаков переохлаждения.

Исследование физико-механических и эксплуатационных показателей разработки предварительно было проведено в отечественной («Проммаш тест») и зарубежной («Hohenstein») лабораториях, в том числе на термоманекене в условиях движения (ходьбы) и перспирации, а также в режиме реальной эксплуатации на волонтерах в «особом» (IA); IV (IB) климатических поясах (регионах).

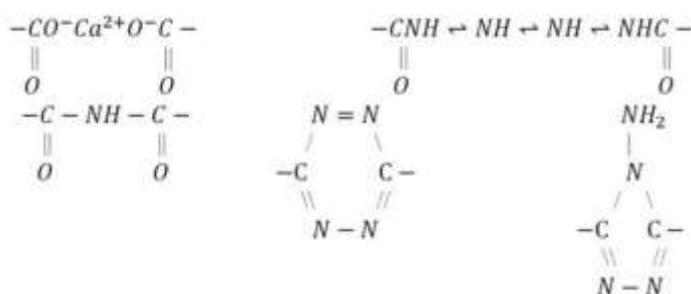
В ходе проведения исследований отмечено длительное сохранение эксплуатационных свойств. Основные функции – термо- и саморегуляции сохраняются после многочисленных стирок и химических чисток, что крайне актуально для спецодежды и униформы.

Сущность разработки - использование полиакрилатных волокон в смеси с полиэфирными волокнами в составе нетканых теплоизоляционных материалов, которые обеспечивает функцию саморегуляции в пододежном пространстве.

Химическая формула полиакрилатных волокон представлена ниже:



M^+ - ионы металлов, таких как Na^+ , Ca^+ , K^+ , Mg^+ и т.д.; «R» - группы, примеры которых, представлены ниже:



Эффект терморегуляции достигается за счет применения «зонированного» принципа использования теплоизоляционных материалов в составе готовых изделий [1, 4]. Так в зоне «ядра тела» (область головы, груди, спины, бедер, плеч) применялся нетканый материал, содержащий 35 % полиакрилата, 45 % полиэфира и 20 % легкоплавких волокон, в остальных зонах использовался нетканый материал, состоящий из 80 % полиэфирных волокон и 20% легкоплавких волокон. Расход материала при «зонированном» принципе составлял 50/50 %.

Термоманекен является универсальной моделью человеческого тела [6].

Первые термоманекены были разработаны в 1940-х годах в США во время «Второй Мировой Войны» и имели довольно простую односегментную конструкцию, материалом

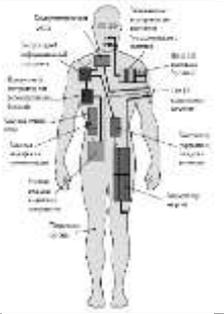
для изготовления термоманекена служила медь, это так называемое первое поколение термоманекенов, статичных, различных по количеству испытательных сегментов.

В настоящее время существует более 100 модификаций термоманекенов отличающихся количеством испытательных сегментов, размерами, мощностью, возрастными и гендерные признаками. Современные термоманекены, как правило, изготавливаются из металла или пластика. Все эти термоманекены способны оценить теплоизоляцию комплектов одежды, но только 11 из них, созданные за последние десятилетия, позволяют оценить теплоизоляцию одновременно при перспирации и движении (ходьбе) [7].

В таблице 1 представлены основные технические параметры термоманекенов, с опциональной возможностью к одновременной перспирации и движению во время оценки теплоизоляции.

Таблица 1. Основные технические характеристики термоманекенов с опциональной возможностью измерения теплоизоляции комплекта одежды при перспирации и движении

Название	Внешний вид термоманекена	Количество контролируемых сегментов	Количество потовых желез	Скорость ходьбы, км/ч	Система перспирации, г/м2/ч
Сорпелиус [7]		18	187	4	200
Tore [9, 10]		17	12	-	-
TARO [7]	-	1	Множество микроскопических пор (пористый материал)	Подвижные суставы	Согласно формуле [7]

Название	Внешний вид термоманекена	Количество контролируемых сегментов	Количество потовых желез	Скорость ходьбы, км/ч	Система перспирации, г/м2/ч
SAM Sweating Agile thermal whole-body Manikin [7, 11]		26	125	3	0-41
ADAM [7, 12]		126	120	Подвижные суставы	Автоматическая подача влаги через отверстия в корпусе при смене условий окружающей среды
Walter [7]		отсутствует	~1,4 млн/см2 (мембрана Gore Tex из политетрафт орэтилена)	0 - 2,48	Зависит от типа тестируемой одежды
KEM [7, 13]		17	17	Подвижные суставы	0 - 1500
Newton [7, 10]		20; 26; 34	134	6	0 - 1000
SAM [14]		1	-	Частично подвижные суставы	Задается программным обеспечением

Название	Внешний вид термоманекена	Количество контролируемых сегментов	Количество потовых желез	Скорость ходьбы, км/ч	Система перспирации, г/м2/ч
ТОМ III [14]		1	200000	Частично подвижные суставы	Задается программным обеспечением
ANDI [15]		35	155	0 – 4,2	0-1000

Все манекены с функцией перспирации разделяются на 2 типа согласно системе выделения жидкости:

- выделение жидкости в виде капель через отверстия в манекене;
- выделение жидкости в виде пара через пористый материал (рис. 1) [8, р. 132].

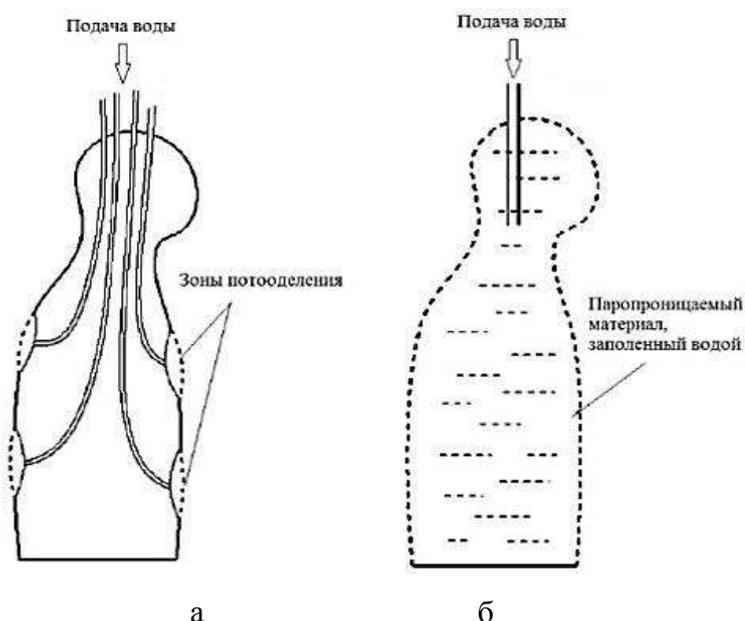


Рис. 1. Типы манекенов с функцией имитации перспирации: а – выделение жидкости в виде капель; б – выделение жидкости в виде пара через паропроницаемый материал [8]

Термоманекены с функцией измерения теплоизоляции одежды во время движения и перспирации, созданные после 2001 г., схожи по своим характеристикам и получаемым результатам. Отличие заключается в применяемых в них материалах, конструкции, размерам, количеству пор, но это не оказывает существенного влияния на получаемые результаты испытаний.

В данной работе использовался 20-ти сегментный манекен «Newton», производства США. Испытания на волонтерах проводились в зимние месяцы в Ямало-Ненецком автономном округе, поселке Сабетта при температуре воздуха окружающей среды от -20°C до -46°C , скорости ветра до 14 м/с и влажности до 99%. Тестирование на волонтерах состоялось в рамках работ по охране труда, промышленной безопасности и охране окружающей среды ОАО «Ямал СПГ» и Программы инновационных внедрений завода индустриального партнера ООО «Термопол» (рис. 2). В ходе проведения испытаний на волонтерах отмечены положительные отзывы, отмечены эффекты саморегуляции и длительного теплового комфорта.



Рис. 2. Вид готового изделия (испытания на волонтерах)

В заключение статьи следует отметить, что использование термоманекенов, при проведении исследований, позволяет снизить риск недостоверных данных, которые могут возникать при тестировании одежды на волонтерах, в связи с индивидуальными особенностями человеческого организма, позволяет повысить воспроизводимость результатов и в целом является более быстрым, гуманным, экономичным, доступным методом оценки свойств теплоизоляции одежды. Современные термоманекены позволяют оценивать комплексные свойства интеллектуальной волокнистой термо- и саморегулируемой системы.

Саморегулируемая термоизоляция на основе представленного решения выходит за пределы границ текстильной и легкой промышленности. Технология представляет значительную перспективу для рынка строительных материалов, мягкой мебели и матрасов, постельных принадлежностей, обуви и т.п. Процессы тепловых потерь и тепловой изоляции на макрообъектах (зданиях, сооружениях), трубопроводах, механизмах, агрегатах еще требуют исследований и опытных внедрений, но уже сейчас ясно, что имеется существенный потенциал использования разработки в этих направлениях.

Список литературы

1. Мезенцева, Е.В. Современные технологические подходы к повышению теплоизоляционных свойств утепленной одежды / Е.В. Мезенцева, В.В. Иванов, В. Ю. Мишаков // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – 160-164 с.
2. Иванов, В.В. Научные исследования как неотъемлемый фактор внедрения инноваций (на примере деятельности заводов нетканых материалов «Термопол», ХоллофайберTM / В.В. Иванов, Е.В. Мезенцева // XX международный научно-практический форум Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX-2017): матер.форума, 22-26 мая 2017 года. – Иваново: ИВГПУ, 2017. – С.25-31.
3. Мезенцева, Е.В. Инновационные методы создания термоизоляционных саморегулирующихся волокнистых систем в «умной одежде» // XXI международный научно-практический форум Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX-2018): матер.форума, 26-28 сентября 2018 года. – Иваново: ИВГПУ, 2018. – Ч.2. – С. 78-81.

4. Мезенцева, Е.В. Перспективные подходы к повышению термоизоляционных свойств одежды: «следующие шаги», технологии, инновации / Е.В. Мезенцева, В.В. Иванов, В.Ю. Мишаков. // XXI международный научно-практический форум Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX-2018): матер.форума, 26-28 сентября 2018 года. – Иваново: ИВГПУ, 2018. – Ч.2. – С.82-87.
5. Мезенцева, Е.В. Современные модификации сырья для текстильных полотен / Е.В. Мезенцева, В.В. Иванов // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международ. научно-технической конференции. Часть 2. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – 113-116 с.
6. WANG, F. (2017). Measurements of clothing evaporative resistance using a sweating thermal manikin: an overview. *Industrial Health*, 55(6), pp.473-484.
7. Mandal, S., Annaheim, S., Camenzind, M. and Rossi, R. (2017). Evaluation of thermo-physiological comfort of clothing using manikins. *Manikins for Textile Evaluation*, pp.115-140.
8. Chen, Y., Xu, J. and Fan, J. (2008). Sweating design in different thermal manikins and their measurement methods. *Textile Research*, 29(8), pp.130-134.
9. Kuklane K, Heidmets S, Johansson T (2006) Improving thermal comfort in an orthopaedic aid: Better Boston brace for scoliosis patients. *Thermal Manikins and Modelling*.
10. Gao Ch., Holmér I. (2006). Initial, Transient and Steady State Evaporative Resistance of Impermeable Protective Clothing. *Thermal Manikins and Modelling. Sixth international thermal manikin and modelling meeting (6I3M)*, pp.253-261.
11. Richards, M. G., Psikuta, A., & Fiala, D. (2006). Current development of thermal sweating manikins at Empa. In J. Fan (Ed.), *Thermal manikins and modelling* (pp. 173–179). Hong Kong: The Hong Kong Polytechnic University.
12. Advanced Thermal Manikin (ADAM). (2019). [brochure] Measurement Technology Northwest, Seattle, WA.
13. Fukazawa, T., Lee, G., Matsuoka, T., Kano, K., & Tochihara, Y. (2004). Heat and water vapor transfer of protective clothing system in a cold environment, measured with a newly developed sweating thermal manikin. *European Journal of Applied Physiology*, 92(6), 645–648.
14. Toyobo Co, Ltd. (2018). [brochure] Corporate profile, Japan.
15. ANDI Thermal Manikin (2019). [brochure] Measurement Technology Northwest, Seattle, WA.

УДК 330.322

**ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-
ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ
INVESTMENT- INNOVATION PROCESS PECULIARITIES
AT ENTERPRISE DECISION MAKING**

**Носова Ольга Валентиновна *, Носова Татьяна Юрьевна **
Nosova Olga Valentinovna *, Nosova Tetiana Iuriiivna ****

**Университет Банковского Дела ГВУЗ ХУНИ, Украина, Харьков*
**Banking University Kharkov Educational-Scientific Institute*
(*e-mail: olgano59@gmail.com*)

***Харьковский национальный университет внутренних дел*
** *Kharkov National University of Internal Affairs*
(*e-mail: tasya.n@gmail.com*)

Аннотация: Рассмотрены особенности принятия инвестиционно-инновационных решений на предприятии, проведен анализ стратегии предприятия в процессе создания интегрированных сетей, а также адаптации организационной структуры предприятия к новым технологическим вызовам.

Abstract: Some features of making investment and innovation decisions at the enterprise are considered, the analysis of the enterprise strategy in the process of creating integrated networks, as well as the adaptation of the organizational structure of the enterprise to new technological challenges are carried out.

Ключевые слова: предприятие, инвестиционно-инновационные решения, интегрированные сети.

Keywords: enterprise, investment and innovative decisions, integrated networks.

Создание конкурентоспособной экономики основывается на развитии сети конкурентных предприятий, которые успешно функционируют не только в Украине, но и за рубежом. Оптимальное размещение ограниченных ресурсов предприятия и привлечения инвестиций определяют модель принятия инвестиционных решений на предприятии. Проблема повышения эффективности инвестиций и инвестиционной деятельности является предметом исследования в трудах отечественных ученых: И.А. Бланка, Я.Д. Крупки, А.В. Омельченко, А. А. Преувеличения, Н.А. Татаренко и других.

Модель принятия инвестиционных решений определяется функционирующим мотивационным механизмом реализации инвестиций экономическими субъектами. Инвестиционная активность предприятия зависит от целого ряда макроэкономических факторов, включающих интенсивность формирования сбережений в экономике страны, уровня использования сбережений общества в инвестиционном процессе, ставки процента, технологического прогресса, инвестиционного климата и т.д. [1, с. 25].

Экономическая среда деятельности корпораций в Украине имеет свои особенности, что обусловлено спецификой национального законодательства. При стратегическом планировании и в своей текущей деятельности менеджмент корпорации должен учитывать не только внутренние резервы и возможности, но и условия экономической среды. Общая макроэкономическая ситуация оценивается на основе макроэкономических показателей. Получило распространение использование следующих показателей: динамика ВВП; динамика валютного курса; уровень спроса на производимую продукцию; динамика фондовых индексов; уровень ставок банковского кредитования; величина налоговых ставок; динамика и структура иностранных инвестиций. Указанные агрегированные показатели объективно характеризуют состояние как экономики в целом, так и отдельных отраслей.

Большинство ученых выделяют в качестве главного компонента экономического роста инновационную деятельность компании. Использование инноваций позволяет адаптироваться к постоянным изменениям внешней среды. Мировой опыт и практика предлагает достаточно широкий спектр экономических инструментов, с помощью которых производится управление инновационным развитием на макро и на микроуровнях. Следует учитывать, что функционирование одних и тех самых инструментов в отдельных экономических условиях функционируют по-разному. Главная задача управления инновационным развитием предприятия состоит в выборе и использовании отдельных, определенных инструментов при допущении ограниченности ресурсов.

В настоящее время затраты на проведение исследований и внедрение инноваций растут достаточно быстро и выходят за пределы возможностей одного предприятия. В Украине это усугубляется последствиями мирового финансового кризиса. Объединение и сотрудничество в рамках такого объединения может помочь разделить высокие затраты и риски инноваций между участниками сети.

В силу постоянных и быстрых изменений на рынках и в технологиях предприятия вынуждены уделять все большее внимание процессам инновационного развития, проявлять способность к обучению, усвоению информации, использованию новейших технологий. Сотрудничество в рамках сети повышает возможности каждого предприятия получать информацию о новых технологиях, методах создания новых технологий и о том, как технологии могут влиять на повышение конкурентоспособности бизнеса. Вышесказанное

позволяет предприятиям более эффективно проводить адаптацию их организационной структуры к новым условиям.

Многие важные технологические явления достаточно сложны для восприятия персоналом предприятий, включая при этом широкий диапазон научных и коммерческих знаний. Это создает потребность в сотрудничестве между фирмами, работающими в различных областях знаний. Расширение интеграции между предприятиями помогает успешно преодолевать эти проблемы за счет дополнения и специализации друг друга.

Оценивая накладные расходы и планируемые объемы производства, фирма (одна или несколько), интегрированная в сеть, иногда сталкивается с необходимостью быстрого перераспределения свободных средств. Эту возможность может предоставить образованная вокруг нее сеть предприятий (поставщики, посредники, дистрибьютеры и т.д.). Сети также облегчают взаимодействие между большими и малыми фирмами, объединяя ресурсные преимущества первых с поведенческими преимуществами или творческими возможностями последних. Присущий сетям эффект повышения эффективности работы связан с природой технологического знания. Многие виды знания являются неявными – их кодификация затруднена. Следовательно, передача информации о них требует использования нетрадиционных рыночных механизмов. Сотрудничество в рамках сети позволяет осуществлять передачу такого знания на основе тесного взаимодействия и взаимного доверия.

В рамках сети можно объединять ресурсы, соответствующие решению определенной проблемы, и тем самым ускорять процесс ее разрешения. С другой стороны, указанное выше может быть затруднительно для одной фирмы. Например, быстрое занятие определенной ниши рынка может зависеть от надежности внешних поставщиков. В сети эта проблема решается быстрее и значительно проще [2, с. 45].

В рамках межрегиональных сетей, интернационализация положительных достижений через сотрудничество в информационной сфере может привести к повышению эффективности и увеличению общих расходов фирм. В случае кластера эти преимущества усиливаются за счет включения в число его участников (как следует из определения) организаций из разных областей знаний, а также за счет более тесной взаимозависимости и связей между ними. В частности, кластер более приспособлен к передаче между предприятиями не кодифицированных знаний. К дополнительным выгодам функционирующего кластера относятся: во-первых, повышение производительности и гибкости поведения на рынке, что достигается за счет координации стратегических планов развития всеми участниками кластера. Во-вторых, повышение стабильности и устойчивости позиций на рынке достигается за счет включения потребителей, что позволяет учитывать потребительские желания, ограничения и тенденции их изменений. Кроме того, наличие обратных связей внутри кластера, например, оцениваются между поставщиками и производителями или производителями и НИОКР. В-третьих, снижение издержек на приобретение, распространение знаний и технологий возможно в результате включения в его состав производителей знаний, кадровую миграцию между участниками кластера и непрерывное обучение в результате реализации формальных и неформальных связей.

Создание инновационных сетей и кластеров основывается на использовании комбинации традиционных и новых участников технологического рынка. Указанные кластеры имеют тенденцию к региональной концентрации в границах старых промышленных агломераций. Крупные предприятия продолжают оставаться важными игроками в новой системе, меняются природа их инновационной деятельности и характер отношений с малыми и средними предприятиями. Важно, что ни один из традиционных элементов инновационной системы в ходе реформ не был утрачен. Промышленные комплексы, государственные научно-исследовательские институты, организации научной инфраструктуры и частные корпорации не прекратили заниматься инновациями. Следует отметить произошедшую их внутреннюю реструктуризацию и переориентацию на сетевое взаимодействие с другими институтами.

Выделим ряд признаков формирующихся инновационных сетей и кластеров. Инновационные сети возникают преимущественно в высокотехнологичных отраслях, таких, как биотехнология, информация и связь. Они отличаются развитой специализацией, поддерживают тесные связи с высшей школой, государственными НИОКР и другими частными фирмами. Как правило, они склонны к географической консолидации и действуют в рамках региональных агломераций. Следует отметить, что синергетический эффект сетевого взаимодействия достигается за счет использования нескольких инструментов: совместного использования дорогостоящего научного оборудования, сотрудничества в разработке "пакетных" технологий, созданием новых видов бизнеса и гибкого использования исследований в различных комбинациях в зависимости от проектов.

Повышается доля НИОКР малых и средних фирм, функционирующих в кооперации с другими участниками инновационного процесса. Как правило, они пытаются взаимодействовать с другими инновационными институтами в средних технологических нишах (текстильная, обувная промышленность, часто тоже в рамках агломераций) или выступать как специализированные субпоставщики крупных корпораций. Новым явлением стали альянсы крупных корпораций и малых высокотехнологичных фирм: первые заинтересованы в новых бизнесах при сохранении специализации основной компании; вторые получают доступ к инвестиционным и маркетинговым ресурсам крупных корпораций [3, с. 93].

Существование структурных диспропорций, технологической несбалансированности, низкой экономической эффективности и институциональных несоответствий характеризуют состояние инновационного развития в Украине. Изучение статистических данных Украины позволяет оценить инновационный потенциал страны.

Собственные фонды компаний выступают в качестве наиболее важного источника финансирования инновационной деятельности. В период глобального финансового кризиса этот показатель сократился с 29,3% в 2008 до 56,5% в 2009 году. Доля банковских займов как источник инновационных расходов выросла с 6% в 2000 году и составила одну треть от общих расходов в 2008 году. Доля кредитов сократилась под влиянием кризиса и проводимых реформам в банковском секторе. Доля иностранного капитала, финансирующего инновации, возросла с 1% в 2008 году до 19% в 2009 году. Доля национальных инвесторов сократилась до 0,4% в 2009 году. Объем финансирования научной и научно-технической деятельности в Украине за счет всех источников в 2015 составил 12223,16. млн. грн., в том числе за счет государственного бюджета – 4254,49 млн. грн. Доля средств государственного бюджета в общем объеме финансирования составила 34,8%. В зависимости от секторов науки наибольшие объемы общего финансирования расходов на выполнение научных и научно-технических работ приходились на организации отраслевого и академического секторов науки (61,8 и 25,8% соответственно), наименьшие – на организации заводского сектора (7,1%) и сектора высшего образования (5,3%) [4].

Анализ указанных данных свидетельствует о существовании целого ряда проблем в сфере инновационного развития Украины. К основным недостаткам формирования национальной инновационной модели относятся:

- отсутствие стратегии перехода Украины к инвестиционно-инновационной модели развития экономики;
- недостаточное использование методов научного планирования на всех уровнях управления (системного анализа, прогнозирования, оптимизации, программно-целевых методов управления и т.п.),
- низкий уровень инновационной культуры работников.

Доля расходов на научную и научно-техническую деятельность в Украине в 2015 составляла менее 1% ВВП - наукоемкость ВВП - 0,62%, в том числе за счет средств государственного бюджета - 0,21% (2014 - 0,26%). Затраты на выполнение НИОКР с 2010 года по 2016 года сократились с 0,74 % ВВП до 0,48 % ВВП [5]. Достижение инновационного типа экономического роста может быть обеспечено путем формирования

технологической, институциональной и организационной структур, что позволят объединить все необходимые компоненты в общий процесс перехода на шестой технологический уклад, модернизацию и повышение эффективности национальной экономики. Формирование кластера инновационной экономики должно быть определено как главная цель одной из новых целевых программ государства. Выделение инноваций в качестве национального приоритета определяется тем, что они являются ключевым фактором повышения конкурентоспособности экономики.

При этом указанная цель должна достигаться посредством не только государственной поддержки отдельных наукоемких секторов и отраслей экономики, а создания стимулов к инновациям и выходу на новые рынки экономических субъектов, стимулирующих создание и развитие инновационных кластеров.

Вывод. Углубленное исследование новых подходов определения моделей принятия инвестиционно-инновационных решений предприятием направлено на принятие конкретных хозяйственных решений в вопросах стимулирования индустриального развития государства, разработку рекомендаций в области совершенствования стратегии предприятия с целью повышения его конкурентоспособности.

Список литературы

1. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента. Ника-Центр. Эльга –Н, Киев, 2001.- 511 с.
2. Носова О.В. Инвестиционные перспективы Украины: экономико-правовая модель. Монография.- LAP LAMBERT Academic Publishing.- 2014.-306 с.
3. Nosova O.V. The effects of industrial policy on regional development in Ukraine/ O.V. Nosova // Zarządzanie Publiczne. - 2017-Nr 4(42) - P. 90 – 101.
4. INNO-Policy TrendChart – innovation policy progress report Ukraine, EU project: enhance innovation strategies, policies and regulation in Ukraine. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://innopolicy.com.ua/wp-content/uploads/TrendChartEngl.pdf\(10.09.11\)](http://innopolicy.com.ua/wp-content/uploads/TrendChartEngl.pdf(10.09.11))
5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 658.8

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ ПРИЛОЖЕНИЯ ТЕКСТИЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ СПОРТА INNOVATIVE APPLICATIONS OF TEXTILE TECHNOLOGIES IN THE SPORT INDUSTRY

**Силаков Алексей Викторович, Квач Наталия Михайловна
Silakov Alexey Victorovich, Kvatch Natalia Mikhailovna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: avsilakov@mail.ru, nkвач@mail.ru)*

Аннотация: В работе рассмотрены кейсы развития текстильных технологий и новых текстильных материалов спортивного назначения на примере внедрения текстильных элементов держания типа «камус» для лыж классического стиля катания.

Abstract: The paper deals with case studies of textile technologies and new materials development for sports application on an example of implementation of textile grip elements of “ski skins” type into classic style cross-country skis.

Ключевые слова: производственное развитие, новые разработки, текстиль спортивного назначения.

Keywords: production development, new developments, sport textiles.

С начала второй половины 20 века разработка новых, более приспособленных к условиям спортивного применения, способных повысить спортивные результаты, текстильных материалов и изделий легкой промышленности (одежда и обувь) являлась одним из основных драйверов развития текстильной и легкой промышленности в мире. Диффузия технологических и материаловедческих разработок в данной сфере также привела к серьезной эволюции материалов и изделий бытового и повседневного назначения, а также одежды специального применения: военного и экспедиционного снаряжения, рабочей одежды и одежды для особых условий. Например, именно потребностью развития спортивных применений мы обязаны бурному развитию индустрии химических волокон и изделий из них, материалов с программируемыми свойствами гигроскопичности, мембранных теплозащитных изделий и др. Таким образом, активное участие в разработках спортивной номенклатуры изделий и материалов является важным направлением инновационного развития как текстильной и легкой промышленности в целом [1, 2], так и институтов, отвечающих за инновационное развитие, например ВУЗов [3], так как подобные разработки, находящиеся на острие инновационного развития отрасли, ввиду экстремального уровня требований, предъявляемых спортивной индустрией, способны породить революционные инновации, обеспечивающие долгосрочную конкурентоспособность, как отечественной текстильной науки, так и производства.

Индустрия лыжного спорта является одним из ведущих полигонов развития текстиля спортивно-технического назначения. Использование камуса (изначально - меха животного (олень, лисица), прикрепленного к скользящей поверхности лыж таким образом, чтобы волосяной покров меха прижимался и создавал условия скольжения при движении лыжи вперед и наоборот, поднимался и создавал поле сил трения при движении назад, таким образом обеспечивая работу скольжение/держание лыжи) известно в практике использования лыж с древнейших времен у разных народов, в том числе и в России. Возрождение этой древней технологии в современных лыжах связано с развитием таких дисциплин, как бэккантри и скитуринг, где практикуются длительные походы в гористой местности на лыжах, приближенных по своим характеристикам к горным, включая преодоление пологих участков и подъемов своим ходом, и спуск на склонах в горнолыжном стиле. Для придания возможности держания лыжам при движении классическим ходом (использование коньковых ходов, не требующих зон держания на лыжах, исключается на неподготовленных, диких трассах) в 90-ые годы было предложено решение в виде съемного текстильного камуса на основе ворсовой ткани с наклоненным ворсом, прикрепляемого на всю длину лыжи на время преодоления пологих участков и подъемов.

Ориентировочно в 2012 году данная технология была перенесена на беговые равнинные лыжи путем покрытия скользящей поверхности лыж в зоне держания подобным камусом. Это позволило создать универсальные (по погодным условиям) безмазевые лыжи, обеспечивающие общие скользящие свойства на уровне, приближающимся к лыжам с мазью, что отвечает требованиям, предъявляемым к лыжам как для всех видов любительского и рекреационного катания, так и инвентарю спортивного применения, для тренировочной работы лыжников любого уровня, вплоть до мировой элиты, и в некоторых условиях даже для соревновательного применения. Таким образом, к настоящему времени лыжи для классического хода с камусом представлены в товарном портфеле всех 5 ведущих мировых брендов, при этом подобные модели включены в различные линейки выпускаемых лыж от "Top Professional" до откровенно любительских. Доля лыж с камусом в мировом объеме продаж беговых лыж только за сезоны 15/16 и 16/17 выросла с 3% до 16% и продолжает расти.

С точки зрения текстильных технологий, используемый в настоящее время, текстильный камус представляет собой ворсовую ткань с разрезным ворсом, состоящую из чистой мохеровой шерсти, выпускаемую по технологии двухполотенного ткачества ворсовых тканей. Структура переплетения данной ткани создана таким образом, чтобы ворс имел запрограммированный наклон.

Подобная ткань является высокотехнологичным текстильным продуктом, несущим в себе инновационные решения в области технологий ткачества и отделки.

Учитывая тот факт, что Россия на сегодняшний день является главным мировым рынком как сбыта (50% продаж), так и производства беговых лыж [7, 8, 9], целесообразно проведение исследований и разработок технологий создания новых тканей для камуса и их производства, а также текстильных материалов, используемых в индустрии лыжного спорта. Данные направления перспективны для реализации в рамках инновационной деятельности вузов и научных организаций легкой промышленности и промышленных предприятий

Появление технологии классических лыж с камусом способствует некоторому росту популярности классических лыж (снижение доли коньковых на 2%). Это объясняется во многом тем, что многие лыжники-любители, обладающие достаточно высоким уровнем физической подготовки, в последние десятилетия отдавали предпочтение коньковому стилю катания именно ввиду отсутствия проблем подготовки зоны держания лыж. В тоже время, появление лыж с камусом, не требующих подготовки на держание, но обладающих достаточными скоростными характеристиками, вернуло интерес к классическим тренировкам у группы т.н. «продвинутых любителей». Уже в сезоне 2017 года доля подобных лыж в структуре продаж достигла 16% и очевидно, этот рост будет продолжаться и в дальнейшем.

Применительно к проблеме обоснования инновационной, а в перспективе и производственной деятельности, связанной с изготовлением текстильных камусов для лыж, российскими организациями легкой промышленности, следует отметить, тот факт, что по многолетним данным, опубликованным в журналах «Форбс» [8], «Лыжный спорт» [9], при общем объеме мирового рынка беговых лыж в размере порядка 2 миллионов пар в год, Россия является крупнейшим рынком-потребителем данной продукции, с долей, в мировом объеме продаж беговых лыж, порядка 50%.

Россия также является крупнейшей страной-изготовителем беговых лыж (современного типа с пластиковой скользящей поверхностью), лыжных палок, лыжных ботинок. Об этом можно судить на основании публикаций в ранее упомянутых изданиях «Форбс» и «Лыжный спорт» [6, 7], приводящих на своих страницах интервью с представителями ведущих лыжных брендов. Только одна фабрика STC в Балабаново Калужской области выпускает от 50% до 70% лыж, продаваемых на мировом рынке (в основном благодаря моделям нижних ценовых сегментов), за счет производства по модели известной модели OEM (контрактная сборка брендированной продукции) лыж ведущих мировых брендов: Madshus, Rossignol, Atomic, Karhu, Peltonen, Germina в том числе, на экспорт.

При этом, необходимо отметить, что в модельном ряду лыж, выпускаемых в Балабаново пока нет моделей с камусом, но следует ожидать роста популярности товаров данной ассортиментной группы, а следовательно и применение таких технологий будет распространяться не только в сторону вытеснения лыж под мазь держания, но и как видно из таблицы 2 – и традиционных, для нижнего ценового сегмента лыж с насечками.

Благодаря наличию в России базы сбыта в размере 50% мирового рынка лыж, а также базы потенциального производственного партнера-потребителя камусовых материалов, – ведущего по количеству производства мирового изготовителя лыж, для организаций отечественной легкой промышленности возникают реальные перспективы развития импортозамещения, и дальнейшего инновационного развития технологий и производства текстильных материалов для элементов держания беговых лыж классического стиля катания. Кроме того, следует учитывать, что камус является расходным материалом со средним сроком эксплуатации 1-2 года при техническом жизненном сроке пары лыж до 10 лет и более. Таким образом, владельцы лыж с камусом являются также потребителями в рамках рынка расходных материалов для лыжного спорта.

Приведенные данные позволяют выйти на положительное технико-экономическое обоснование разработки и внедрения в России инновационных технологий создания малых

производств в рамках производственных, вузовских и научно-исследовательских институтов легкой промышленности, совместно с сектором исследовательских организаций для спортивной экипировки ВИСТИ и др., сохраняющим высокий научный потенциал, для освоения и развития производства современных текстильных материалов для лыжных камусов.

Как было отмечено выше, материал камусов лыж представляет собой шерстяную ворсовую ткань с разрезным ворсом с программируемой структурой переплетения и наклоном ворса, вырабатываемой по технологии двухполотенного ворсового ткачества. При этом нити ворса в подобной технологии урбатываются в тканое полотно из основы.

Подобная технология реализуется на оборудовании двух типов: станках для ткачества ворсовых тканей типа «плюш/велюр», имеющих стандартную ширину заправки для текстильной промышленности (как правило от 1,5 до 2,8 (3) метров) и вырабатывающих ткани поверхностной плотностью до 1000 г/кв. м (как правило наиболее типичная продукция имеет вес 250-600 г/кв.м.), и станках, использующих принцип двухполотенного ткачества - ковроткацких станках, выпускающих полотна с весом от 1000 г/кв. метр и выше и, как правило, большей ширины, чем станки для велюра. Очевидно, что наиболее целесообразным типом оборудования для выработки материала лыжных камусов является использование станков для велюра.

В России текстильные производства, имеющие двухполотенные ворсовые ткацкие станки для производства велюра, это фабрики «Авангард» в г. Юрьеве-Польском и «Орентекс» в Оренбурге. Оба предприятия оснащены станками MPS-32 производства бельгийской фирмы Van-de-Vielle.

Касательно производства мохеровой пряжи, авторы не обладают детальной информацией о подобных производствах в России. Учитывая малотоннажность потребности для производства камусов лыж – данный тип полуфабриката на текущем этапе целесообразно импортировать.

Могут быть эскизно определены направления технологических и материаловедческих исследований в сфере разработки и развития производства отечественных камусов для лыж.

1. исследования самих текстильных материалов: мохеровой шерсти и возможных аналогов, а также различных вариантов тканых структур на предмет их фрикционных и скользящих свойств [6] во взаимодействии со снегом разной консистенции, температуры и влажности;

2. исследование технологических параметров заправки ворсовых тканей [11] при выработке их на станках с целью получения тканей с оптимальным, для использования на лыжах в разных условиях. углом наклона ворса;

3. исследование отделочных процессов: стригального, мокрой отделки, нанесения химически покрытий, а также обработки низкотемпературной плазмой [4], [5] в целях придания улучшенных поверхностных фрикционных и скользящих свойств материалам;

4. исследование альтернативных материалов для выработки камусов, включая иные виды шерсти, а также полые и бикомпонентные синтетические волокна;

5. исследование материалов, получаемых по нетканым технологиям, для применения в качестве камусов, в частности технологии электрофлокирования, технологии ламинированных полимерных и пленочных материалов, и других.

В случае создания успешной модели разработки и реализации технологических инноваций спортивного назначения они могут быть масштабированы, так как наравне с лыжами Россия также является крупным потребителем зимней спортивной экипировки, самое очевидное, что следует из статистики продаж лыж – лыжных ботинок, по которым также уже существует серьезная производственная база в лице ярославской фабрики Spine, успешно освоившей все типы беговых лыжных ботинок, совместимых с современными системами креплений (NNN и SNS), вплоть до верхних ботинок для спортивной элиты уровня World Cup. В дальнейшем эта модель может успешно быть экстраполирована и на другие сегменты отрасли легкой индустрии по производству товаров спортивного

назначения.

Список литературы

1. Белгородский В.С., Генералова А.В. Технологическая платформа легкой промышленности как эффективное инновационное направление развития отрасли / Транспортное дело России. 2012. № 3. с. 25-26. 2
2. Свищева Е.Г., Белгородский В.С., Генералова А.В., Седяров О.И. Предпосылки устойчивого эколого-экономического развития легкой промышленности России / Дизайн и технологии. 2016. № 54 (96). С. 92-98
3. Балыхин М.Г. Важнейшие проблемы коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в высших учебных заведениях России и направления их решения / Креативная экономика. 2015. № 1 (97). С. 111-124.
4. Квач Н.М., Тюркина Т.В., Садова С.Ф. Плазмохимическая обработка льняных тканей / Текстильная промышленность. 1995. № 1-2. С. 46.
5. Улесова А.В., Гречко А.А., Садова С.Ф. Непрерывное крашение модифицированной плазмой тлеющего разряда шерстяной ткани, содержащей полиамидное волокно / Химические волокна. 2008. № 2. С. 44-47.
6. Бусарин, А. Г. Влияние факторов на силу трения при взаимодействии скользящей поверхности гоночных лыж со снегом / А. Г. Бусарин, Ю. П. Денисенко // Теория и практика физической культуры. 2007. № 8. - С. 28.
7. Краснов А. Припусков Н. Российские лыжи рассыпаются через 500 км пробега» / Лыжный спорт журнал, онлайн версия. 28.10.2015. <https://www.skisport.ru/news/cross-country/77729/>, 05.04.2018.
8. Кутузов Р. Лучшее из архива Форбс. Чужая лыжня / Форбс. 03.02.2006. <http://www.forbes.ru/forbes/issue/2006-02/13686-chuzhaya-lyzhnya>. 05.04.2018
9. Обзор мировых рынков беговых лыж, креплений, лыжной обуви. Обзор российского рынка / Лыжный спорт. 2008. № 43.
10. Исаев И. Fischer во второй раз за последние 10 лет круто перемешивает рынок лыжной индустрии. Скучно не будет! / Лыжный спорт журнал, онлайн версия. - 16.02.2017. <https://www.skisport.ru/news/cross-country/85635/>, 05.04.2018.
11. Петросова И.А., Андреева Е.Г., Белгородский В.С., Новиков М.В. Способ неразрушающей подготовки пробы ворсовых материалов, пушно-мехового сырья и полуфабриката к исследованию и устройство для его осуществления. Патент на изобретение RUS 2628373 26.08.2015.

УДК 005.95/.96

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТЬЮ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ INNOVATIVE METHOD OF SAFETY MANAGEMENT COMPETENCIES ASSESSMENT.

Соколов Лев Александрович
Sokolov Lev Alexandrovich

Московский городской университет управления Правительства Москвы
Moscow city University of management of the Government of Moscow
(e-mail: sokolovla@mos.ru)

Аннотация: Инновационные методы необходимы не только в производственных системах и технологиях. Ключевым фактором любого предприятия является его персонал. Компетенции управления безопасностью играют ключевую роль у руководителей на промышленных предприятиях. Однако методология их оценки и развития в настоящее время только развивается. В статье рассмотрены актуальные вопросы оценки компетенций управления безопасностью психометрическими методами, а также вопросы развития данных

компетенций.

Abstract: Not only machinery, technology or materials need innovations. Personnel is a key factor in any organization. Safety management competencies are crucial for managers of industrial enterprises. In this article innovative method of psychometric assessment of such competencies will be discussed.

Ключевые слова: безопасность, охрана труда, компетенции, управление, оценка, тесты, опросник, психометрика, развитие, персонал, руководство.

Keywords: HSE, competencies, safety, assessment, test, questionnaire, psychometric, development, HRM, industry.

Вопросы инновационного развития и импортозамещения остро стоят не только в области разработки оборудования, технологий и материалов. Ключевым активом любого предприятия является его персонал. В этой связи технологии управления персоналом, в частности, технологии управления безопасным поведением сотрудников, являются важнейшей сферой, где так же необходимы инновации.

Нужно отметить, что в этой сфере, к сожалению, в Российской Федерации также есть необходимость импортозамещения. Традиционно вопросами, связанными с человеческими аспектами производственной безопасности, занимаются такие зарубежные компании как DuPont, Yamnaska. Технологии оценки компетенций, связанных с безопасностью, существуют у таких компаний как SHL, Talent Q и другие. И здесь необходимо учитывать следующие факторы:

- Достаточная высокая стоимость.
- Зависимость от зарубежных поставщиков.
- Необходимость валидации зарубежных методов на российском рынке.
- Хранение и обработка данных о сотрудниках в информационных системах, принадлежащих иностранным компаниям.

В связи с вышесказанным актуальным становится вопрос разработки отечественных методов оценки и развития компетенций персонала. В данной статье мы расскажем о российской методике оценки компетенций управления безопасностью психометрическими методами.

Вопросы управления безопасностью и охраной труда являются ключевыми для любой организации, но, по понятным причинам, их актуальность на промышленных предприятиях особенно велика. Несмотря на то, что в 2018 году, по информации Минтруда России в нашей стране имеет место тенденция к снижению уровня производственного травматизма, при том, что число несчастных случаев с тяжелыми последствиями так же снижается, размер этого снижения (3%) вряд ли можно назвать существенным [1]. К тому же, какими бы ни были цифры отечности, безопасность и охрана труда – это жизнь и здоровье людей.

Среди факторов, от которых зависит уровень производственной безопасности и охраны труда, наиболее значимым является человеческий фактор. Следовательно, именно вопросам оценки компетенций в этой области, а также проблемам оценки и развития данных компетенций, в особенности у руководителей, следует уделять первостепенное внимание.

В данной статье мы рассмотрим вопросы «человеческого фактора», а именно разработки, оценки и развития компетенций управления безопасностью у руководителей производственных предприятий.

В рамках ряда исследований мы определили следующие факторы, которые лежат в основе нарушений в сфере охраны труда и производственной безопасности:

- Низкие способности – низкие способности, например, к пониманию инструкций, к пониманию механических принципов, причинно-следственных связей и т.п., не позволяют человеку адекватно оценить ситуацию и сформировать соответствующий – безопасный – способ поведения.

При этом следует отметить, что оценка способностей важна не только применительно к способностям, необходимым для динамической оценки рисков, но и даже для таких

«простых», казалось бы, способностей, как вербальный интеллект. Дело в том, что при низком уровне вербального интеллекта человек не способен правильно понимать даже простейшие инструкции, связанные с обеспечением безопасной работы, а поэтому, даже если он намерен следовать им, он все равно совершает ошибки.

Для руководителей вербальные способности также имеют значение, т.к. они не только должны сами понимать и следовать указаниям определенных нормативных правовых актов, но и ставить задачи сотрудникам, проводить разъяснительную работу и т.п.

- Личностные качества, влияющие на склонность к безопасному поведению. Даже люди с высокими способностями, понимающие требования нормативных правовых актов и способные адекватно оценивать ситуацию, в силу недостаточного ряда личностных черт, таких, как законопослушность, принципиальность, обязательность и т.п. могут совершать нарушения.

- Социальные факторы. По нашим оценкам, до 25% нарушений совершаются под давлением, при этом данное давление исходит, как правило, со стороны следующих субъектов:

- Руководство, которое нередко требует результата в ущерб соблюдению требований безопасности.

- Товарищи по работе, по бригаде. В ряде трудовых коллективов, к сожалению, присутствуют групповые нормы, основанные на пренебрежении безопасностью. Но возможен и другой вариант – нарушения под «давлением результата», например, чтобы сделать работу быстрее, успеть до начала перерыва и т.п.

- Представители внешних организаций. Например, подрядчики.

Таким образом, мы можем говорить о компетенциях безопасности для рабочих (рядовых работников) и о компетенциях безопасности для руководителей.

В контексте данной статьи мы понимаем под компетенциями определенные модели поведения, которые обеспечивают успешное выполнение человеком соответствующих рабочих задач, достижение поставленных рабочих целей.

Компетенции можно оценивать различными способами: путем наблюдения в ходе фактической работы, путем наблюдения в специально созданных условиях (как это делается в центрах оценки). Перечисленные способы, с одной стороны, позволяют фиксировать фактическое поведение работника, и, таким образом, предоставляют достаточно достоверную информацию, но они имеют и определенные недостатки – высокую трудоемкость, сложность в реализации, относительно высокую стоимость. Кроме того, наблюдение за фактическим поведением практически невозможно для кандидатов, которые только рассматриваются для принятия на работу, т.к. по ним фактические данные отсутствуют.

Однако, в основе поведения, а, следовательно, компетенций, лежат определенные сочетания способностей и личностных качеств, которые делают человека более или менее предрасположенным к демонстрации того или иного поведения. Следовательно, если мы можем оценить эти качества, то можем оценить и предпосылки к развитию у человека той или иной компетенции. Именно данный принцип лежит в основе оценки компетенций психометрическими методами – тестами способностей и личностными опросниками.

В рамках ряда наших проектов мы использовали тесты способностей ONTARGET ©, где присутствуют различные тестовые батареи и нормативные группы, включая тесты для руководителей и для производственных рабочих [2], а также профессиональный личностный опросник DEEP ©, настроенный на компетенции управления безопасностью.

Для руководителей нами были сформулированы следующие компетенции управления безопасностью с краткими поведенческими индикаторами:

- Контроль и поиск источников опасностей – анализирует окружающую обстановку на предмет соответствия нормам безопасной работы, определяет источники опасности.

- Принципиальность – проявляет нетерпимость к небезопасному поведению или отклонению от действующих правил и норм со стороны других, требует соблюдения правил и

норм, останавливает небезопасное поведение.

- Решительные действия в критических ситуациях – при возникновении опасных ситуаций предпринимает активные решительные действия по их предотвращению и минимизации рисков и негативных последствий.

- Профилактика аварийных и опасных ситуаций – проводит профилактическую работу по предотвращению рисков, анализирует возможные варианты развития событий и действует в направлении минимизации возможных рисков.

- Убедительная коммуникация – использует разнообразные аргументы при необходимости убедить других людей в необходимости следовать правилам и нормам безопасного поведения, при возникновении возражений использует различные способы убеждения, исходя из особенностей собеседника.

- Вовлекающее лидерство – активно разъясняет необходимость следования правилам безопасной работы и безопасного поведения, мотивирует других на следование правилам безопасного поведения.

Соответствующим образом была произведена настройка психометрических инструментов на оценку способностей (вербального интеллекта) и личностных качеств, необходимых для успешного проявления данных компетенций. Данная работа не предполагает детального рассмотрения механизмов настройки, но здесь упомянем, что заключается данная настройка в составлении матриц соответствия сочетаний личностных качеств определенным компетенциям, на основании которых формируется индивидуальный отчет по результатам оценки. Далее проводится проверка на соответствие нормальному распределению, а в последующем – валидизация по критериальным выборкам.

Результаты оценки по каждому сотруднику выводятся в шкале стенов, графически это представлено на рис. 1.

Компетенции управления безопасностью

	Результат по шкале стенов (1...10)	Описание компетенции (для высокого уровня развития)
Контроль и поиск источников опасностей	10	Контролирует состояние рабочих систем. Ориентирован на поиск источников и сигналов опасности.
Профилактика аварийных и опасных ситуаций	5	Работает на предупреждение аварий и опасных ситуаций. Выходит за рамки стандартных решений.
Вовлекающее лидерство	5	Выстраивает отношения и поощряет других к активному поиску проблем и своевременно о них информировать.
Убедительная коммуникация	7	Уверенно общается с другими. Доносит им информацию, добивается решений и действий для обеспечения безопасности.
Решительные действия в критических ситуациях	6	Быстро ориентируется, действует решительно и берет на себя ответственность в кризисных ситуациях и для их предотвращения.
Принципиальность	5	Соблюдает правила безопасности и требует этого от других, не поддается давлению, уговорам, манипуляциям.

Рис. 1. Пример представления результатов оценки компетенций управления безопасностью в индивидуальном отчете. Использована шкала стенов.

По результатам оценки трудовых коллективов можно сформировать групповой отчет, который может быть представлен как в табличной форме, так и в виде «Пирамиды

безопасности», наглядно иллюстрирующей выраженность компетенций управления безопасностью в конкретном подразделении или на предприятии в целом.

Накопленные на данный момент результаты позволяют делать определенные выводы.

Наиболее выраженными (имеющими среднее значение по группе выше 5.5 стена) компетенциями управления безопасностью у руководителей производственного блока являются следующие:

1. Контроль и поиск источников опасности.
2. Принципиальностью
3. Убедительная коммуникация.

Наименее выражена, в среднем, компетенция «Профилактика аварийных и опасных ситуаций». Другими словами, руководители, в целом, достаточно эффективно справляются с анализом текущей ситуации и добиваются от сотрудников следования правилам и нормам безопасности, если так можно выразиться, тогда, когда они видят фактические нарушения.

Но при этом работа на упреждение, профилактику и превентивные меры, предотвращающие саму возможность нарушений, ведется пока не достаточно.

В заключение рассмотрим вопрос о том, насколько развиваемы компетенции управления безопасностью. Здесь следует отметить тот факт, что данные компетенции, как и любые другие, развиваемы в той степени, в которой они «завязаны» на определенные личностные качества и ценностные установки. С одной стороны, собственно поведение, необходимое для демонстрации данных компетенций, сформировать не так уж и сложно. С другой стороны, проблема, в основном, заключается не в том, что люди не знают или не умеют себя правильно вести в соответствующих ситуациях, а в том, что они НЕ ВЕДУТ СЕБЯ соответствующим образом. Проще говоря, «знают, но не делают». Именно это в значительной степени завязано на личностные установки конкретного человека.

Вот почему оценка способностей и личностных качеств, лежащих в основе компетенций управления безопасностью так важна. Среди преимуществ метода можно выделить следующие:

- Относительно низкая удельная стоимость в расчете на одного человека.
- Прогнозный характер – оценка личностных качеств позволяет оценить склонности к проявлению тех или иных компетенций в ситуации, когда мы не имеем возможности их фактически наблюдать.
- «Привязка» к определенным личностным качествам, что дает возможность формирования индивидуальных программ развития для каждого оцененного.

Список литературы

1. Минтруд России. Итоги года в сфере охраны труда. 2018, <https://rosmintrud.ru/labour/safety/294>. Дата посещения 10.05.2019.
2. Инструменты оценки ONTARGET © <http://ontarget.ru/instruments/> Дата посещения 10.05.2019.
3. Снижение организационных рисков. <http://www.detech-group.ru/products/mitigating-risks-at-work/> Дата посещения 10.05.2019.
4. Маженов С.А. Персональная система осознанной безопасности труда // Безопасность труда в промышленности. 2018. № 3. С. 51.

**ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ТЭК РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ:
ИТОГИ ПЯТИ ЛЕТ
IMPORT SUBSTITUTION IN ENERGY INDUSTRY OF RUSSIA IN CONDITIONS OF
SANCTIONS: THE RESULTS OF FIVE YEARS**

**Студеникина Людмила Алексеевна
Studenikina Liudmila Alekseevna**

*Российский государственный университет нефти и газа (НИУ) имени И.М.Губкина –
РГУ нефти и газа(НИУ) имени И.М.Губкина, Москва, Россия
Russian state University of oil and gas (national research UNIVERSITY)
named after I. M. Gubkin, Russia, Moscow
(e-mail: las@gubkin.ru)*

Аннотация: Рассмотрены некоторые итоги политики импортозамещения в ТЭК России за пятилетний период после введения санкций США и ЕС, основные проблемы, связанные с внедрением мер и практическим применением новых технологий, оборудования и пр. в энергетическом комплексе страны, а также перспективы перехода на инновационный путь развития ТЭК.

Abstract: The author analyzes some results of import substitution policy in Russian energy sector as the result of US and EU sanctions as well as the main problems connected with implementation of measures and new technologies in the fuel energy sector of Russia and the prospects of its transformation on the innovative basis.

Ключевые слова: import substitution, innovations, fuel and energy complex

Keywords: импортозамещение, инновации, топливно-энергетический комплекс.

Значительная зависимость от импорта иностранных технологий, оборудования, ноу-хау, материалов наблюдалась в различных отраслях ТЭК России (нефтегазодобыча, нефтепереработка, отраслевое машиностроение, инжиниринг, генерация электроэнергии и т.д.) еще до 2014 года, но с введением санкций со стороны США, Евросоюза и некоторых других стран ее актуальность приобрела стратегический характер.

Санкции были нацелены на блокирование сотрудничества в проектах по добыче трудноизвлекаемой нефти и разработкам месторождений на глубоководном шельфе, в Арктике, на сланцевых месторождениях, в проектах СПГ (пока только за границей). Запрет на предоставление технологий и поставки оборудования (в том числе и турбин для электростанций и др.), а также санкции в области финансирования наряду с ограничением кредитования российских банков были призваны негативно повлиять на развитие нефтяных и газовых компаний в долгосрочной перспективе, замедлить или даже подорвать развитие не только энергетического комплекса России, но и всей экономики страны.

Как показали итоги прошедших пяти лет, введение санкционных ограничений стимулировало разработку стратегических планов и программ развития механизмов импортозамещения в энергетическом секторе России, в укрепление технологического суверенитета страны.

Их реализация даже на краткосрочном периоде позволила оптимизировать процесс инновационного развития отрасли и показать результаты, свидетельствующим о постепенном снижении технологической зависимости нефтегазового сектора от закупок технологий, оборудования, материалов и комплектующих иностранного производства.

Однако необходимо отметить, что импортозамещение должно не рассматриваться как вынужденная политика замены импортного оборудования, технологий и пр. на отечественные аналоги, а широкомасштабная политика инновационного развития

стратегических отраслей экономики России, направленная не только на модернизацию современного производства, но и разработку и внедрение конкурентного технологичного продукта/технологий с высокой добавленной стоимостью и перспективой создания новых рабочих мест.

Введение санкций во многих случаях привело к серьезным убыткам для западных компаний и создало препятствия для их планов по расширению сотрудничества с Россией. Более того, позиции европейских и американских компаний в России могут серьезно потеснить другие партнеры: в последний год все активнее ведутся переговоры с азиатскими, ближневосточными и латиноамериканскими компаниями, которые хотя и не располагают такими уникальными технологиями, как мейджеры, но, тем не менее, по многим типовым позициям уже могут их заменить [1].

На конференции «Импортозамещение в нефтегазовой промышленности 2019» президент Союза Нефтепромышленников России Геннадий Шмаль подчеркнул, что текущее соотношение отечественных и импортных составляющих инфраструктуры нефтяных компаний в России составляет 50% на 50%. При этом приемлемый показатель оценивается на уровне 80% на 20% в пользу компонентов, произведенных в России. К 2020 году нужно выйти на уровень 70% на 30%.

На этой же конференции представитель машиностроения Минпромторга РФ сообщил, что план по импортозамещению предусматривает достижение определенными показателями импортонезависимости к 2020 году. Особенно активно ведется работа в сегментах, затронутых санкциями – сейсморазведка, подводная добыча, геологоразведка и т.д. (таблица 1). И есть отечественные производители, которые могут освоить производство, например, турбин, компрессоров, резервуаров для работы под высоким давлением, турбин для электростанций и другого необходимого оборудования в ближайшие годы. В 2015-2018 годах на поддержку экспорта, проектную разработку, субсидии запуска пилотных партий решений в рамках импортозамещения были направлены 15 млрд рублей: в основном на шельфовые проекты, разработку катализаторов в нефтехимии и локализацию импортных технологий [2].

Таблица 1. Перспективы импортозамещения в отдельных секторах нефтедобычи

Добыча на суше			Добыча на шельфе			Нефтепереработка		
Ситуация на рынке в целом	Ключевая технология	Прогноз выхода на уровень технологической независимости, год	Ситуация на рынке в целом	Ключевая технология	Прогноз выхода на уровень технологической независимости, год	Ситуация на рынке в целом	Ключевая технология	Прогноз выхода на уровень технологической независимости, год
Высокотехнологичные сервисы при бурении			Комплекующие для оборудования			Катализаторы		
100% импорт	Роторные управляемые системы	2020	60% импорт	Запчасти	2020	70% импорт	Катализаторы рифоринга и изомеризации, каткрекинга и гидропроцессов	2020
ПО в нефтесервисе			Морская техника: суда обеспечения			Комплекующие для динамического оборудования		
100%	Симулянт	2019	80%	Суда	2035	85%	Запчасти	2020

импорт	ор ГРП		импорт	обеспечения		импорт	и для насосов и компрессоров	
Добыча сланцевой нефти			Морская техника: плавучие буровые установки			Насосы для технологических процессов нефтепереработки		
70% импорт	Оборудование для проведения МГРП свыше 10 стадий	2018	80% импорт	Плавучие буровые установки	2027	90% импорт	Новое насосное оборудование	2020
			Морская сейсмика			Компрессоры для технологических процессов нефтепереработки		
			70% импорт	Морское сейсмическое разведочное оборудование	2022	90% импорт	Новое компрессорное оборудование	2020

Источник: [3]

За последнее время для обеспечения комплексной, своевременной и актуальной реализации программ импортозамещения на системной основе и внедрения современных отечественных инновационных технологий, материалов и оборудования в ТЭК Минпромторгом России и Минэнерго России созданы Центр компетенций импортозамещения и Аналитический центр развития цифровых, инновационных и импортозамещающих технологий в ТЭК [4].

Однако, несмотря на то, что многое делается в области импортозамещения, следует отметить, что, влияние санкций, особенно в области привлечения инвестиций, имеет долгосрочный негативный эффект на развитие энергетического сектора России. Требуется усиление совместных действий государства как регулятора, так и бизнеса, для создания благоприятных условий и умного управления со стороны государства, поскольку решить комплекс технологических задач, стоящих перед российской нефтяной отраслью в условиях санкционного режима, можно только посредством совместных действий.

Список литературы

1. <https://energy.skolkovo.ru/downloads/documents/SEneC/research04-ru.pdf>
2. <https://neftegaz.ru/news/exhibitions/194013-ot-importozameshcheniya-k-importonezavisimosti-itogi-konferentsii-importozameshchenie-v-neftegazovoy/>
3. www.gazprom-neft.ru/press-center/sibneft-online/archive/2016-april/1113021/
4. <https://minenergo.gov.ru/node/7693>

**ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА БЮДЖЕТА
СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА: НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-
ПРАВОВОЙ АСПЕКТЫ**
**PROBLEMS OF REALIZATION OF THE INVESTMENT POTENTIAL OF THE
BUDGET OF THE UNION STATE OF THE RUSSIA AND BELARUS:
REGULATORY LEGAL AND ORGANIZATION LEGAL ASPECTS**

Резюк Вадим Иванович
Rezyuk Vadim Ivanovich

*Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина,
Республика Беларусь, Брест*
Brest State University named after A.S. Pushkin, Belarus, Brest
(e-mail: rezyuk@tut.by)

Аннотация: Рассмотрены некоторые проблемы реализации инвестиционного потенциала бюджета Союзного государства (Союза Беларуси и России). Автором выделены отдельные вопросы, связанные с нормативно-правовым регулированием бюджетного процесса Союзного государства, а также бюджетно-правовым регулированием в Российской Федерации и Республике Беларусь, отмечены направления реализации инвестиционного потенциала в условиях определенной нормативно-правовой неурегулированности.

Abstract: Some problems of realization of the investment potential of the budget of the Union State Of The Belarus and Russia are considered. The author highlighted some issues related to the regulatory and legal regulation of the budget process of the Union State Of The Belarus and Russia, as well as the budgetary and legal regulation in the Russian Federation and the Republic of Belarus, marked the direction of the realization of the investment potential in the context of unregulated issues.

Ключевые слова: бюджет, Союзное государство (Союз Беларуси России), инвестиции.
Keywords: Budget, The Union State Of The Belarus and Russia, Investments.

Функционирование любого современного государственного образования немислимо без развитой экономической основы, неотъемлемым элементом которой является бюджетирование финансовых ресурсов. Важен для государственных и общественных нужд и привлекателен для субъектов экономической деятельности инвестиционный потенциал государственного бюджета.

Подписание Договора о создании Союзного государства (Союза Беларуси и России) [1] стало вехой в интеграционных процессах между Российской Федерацией и Республикой Беларусь. Декретом Высшего Государственного Совета Союзного государства устанавливается бюджет Союзного государства на очередной год.

В настоящее время при реализации инвестиционного потенциала бюджета Союзного государства соответствующие субъекты отношений сталкиваются с проблемами, выделение которых имеет большое значение как предшествующее их решению.

На развитие отношений, связанных с бюджетом Союзного государства, оказывает влияние опыт соответствующих решений на уровнях Российской Федерации и Республики Беларусь.

Инвестиционный потенциал бюджетов государств-союзников реализуется посредством следующих средств:

1) капитальные вложения, бюджетные инвестиции (в Российской Федерации), капитальные расходы, обеспечивающие инвестиционную деятельность (в Республике Беларусь);

2) иные расходы, имеющие согласно бюджетному законодательству инвестиционный характер;

3) иные расходы, формально согласно бюджетному законодательству не имеющие инвестиционный характер.

А.М. Лаптева отметила, что подход законодателя к вопросу инвестиций и бюджетных инвестиций не всегда стабилен и однозначен, поэтому в юридической доктрине отмечено, что правовое регулирование инвестиционных процессов осуществляется таким образом, чтобы понятие инвестиция определялась конкретным нормативным актом, преследующим ту или иную цель регулирования и в результате появляются новые модели понятия «инвестиция» [2, с. 330–331].

В законодательствах союзных государств закреплены соответствующие нормы и институты, направленные на реализацию инвестиционного потенциала бюджетов. Особое место среди них занимают бюджетные инвестиции, иные расходы, обеспечивающие инвестиционную деятельность.

Согласно ст. 1 Бюджетного кодекса Российской Федерации, бюджетные инвестиции – это бюджетные средства, направляемые на создание или увеличение за счет средств бюджета стоимости государственного или муниципального имущества. В ст. 21 (классификация расходов бюджетов) наряду с иными закреплена группа видов расходов «Капитальные вложения и объекты государственной (муниципальной) собственности» и подгруппы «Бюджетные инвестиции» и «Бюджетные инвестиции иным юридическим лицам». Указанные средства могут являться предметом государственных и муниципальных контрактов, бюджетных ассигнований на предоставление из федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов субсидий государственным и муниципальным организациям на осуществление капитальных вложений в принадлежащие последним объекты недвижимого имущества и/или приобретение ими объектов недвижимого имущества [3].

В ст. 40 Бюджетного кодекса Республики Беларусь закреплено, что капитальные расходы бюджетов являются частью расходов бюджетов, обеспечивающих помимо прочего инвестиционную деятельность, включающую расходы, предназначенные для инвестиций в действующие или вновь создаваемые организации, расходы на проведение модернизации, реконструкции и другие расходы, связанные с увеличением стоимости основных средств, нематериальных активов и материальных запасов, а также расходы, при осуществлении которых создается или увеличивается имущество, находящееся в республиканской и коммунальной собственности.

Согласно ст. 44 и ст. 45 Бюджетного кодекса Республики Беларусь, из республиканского и бюджета могут финансироваться расходы на инвестиционные программы и проекты, объекты инфраструктуры и другие расходы в рамках государственно-частного партнерства, из бюджетов базового уровня – расходы на аналогичные программы и проекты органов местного управления и самоуправления базового территориального уровня, их иные виды расходов, из бюджетов первичного уровня – органов местного управления и самоуправления первичного территориального уровня и их иные виды расходов [4].

Очевидны многие общие направления и формы регулирования реализации инвестиционного потенциала в обоих государствах, однако не менее очевидными являются существенные отличия в содержании однородных бюджетно-правовых институтов: касающиеся структур бюджетных систем, бюджетных классификаций, содержания отдельных групп правоотношений и др.

Несмотря на наличие самостоятельного бюджета, отмечается недостаточность норм и институтов, регулирующих аналогичные отношения на уровне Союзного государства. Более того, можно сказать, что реальный бюджетный процесс Союзного государства находится в стадии становления и развития. Долгое время бюджет исполнялся в формате «временного управления бюджетом» [5].

В целях совершенствования нормативной правовой базы Союзного государства проведена работа по актуализации документов, регулирующих бюджетный процесс Союзного государства: утверждены документы, определяющие порядок составления и утверждения смет расходов на функционирование органов Союзного государства, порядок составления и представления отчетности об исполнении бюджета, новая бюджетная классификация и указания о порядке ее применения, требования в области проведения закупок товаров, работ, услуг, осуществляемых для удовлетворения потребностей органов и организаций Союзного государства, порядок разработки и реализации программ Союзного государства и др. [6].

Решение многих проблем нормативно-правового регулирования возможно как посредством принятия необходимых актов Союзного государства (прежде всего бюджетного кодекса) или посредством унификации национальных законодательств.

Однако и в условиях проблем нормативно-правового регулирования и исполнения инвестиционный потенциал бюджета Союзного государства реализуется все более и более активно, даже если это формы, непосредственно не связаны с инвестициями в бюджетно-правовом значении.

Так, планируется, что в 2019 г. за счет средств бюджета Союзного государства будет профинансировано 13 программ и 3 проекта (например, инвестиции в проект «Стволовые клетки-2», включающий разработку технологии лечения с помощью клеток и тканевой инженерии, а также организацию в медицинских вузах России и Беларуси специальных кафедр, которые будут готовить специалистов по регенеративной медицине, который, несмотря на свой социальный характер, как и других проектов, имеет большое значение для развития соответствующей отрасли) [7].

Большое значение, в т. ч. как создающие реальные условия для реализации инвестиционного потенциала Союзного государства, имеют и отдельные решения бюджетно-правового характера на национальном уровне.

Законом Республики Беларусь от 30.12.2015 г. № 342-3 «О внесении изменений и дополнений в Бюджетный кодекс Республики Беларусь» наряду с республиканским и местным был закреплен новый уровень бюджетного финансирования – бюджет Союза Беларуси и России (Союзного государства), который расширил круг объектов бюджетного регулирования и представляет собой новеллу бюджетно-правового регулирования. Распорядители и получатели бюджетных средств вправе открыть по одному текущему счету по учету средств бюджета на каждый уровень бюджетного финансирования (республиканский и местный бюджеты, бюджет Союзного государства) [3; 8, с. 174; 9]. Таким образом, в бюджетном законодательстве Республики Беларусь действуют нормы, регулирующие отношения, связанные с бюджетом Союзного государства.

Согласно ст. 17 Договора о создании союзного государства разработка, утверждение и исполнение бюджета Союзного государства относятся к вопросам исключительного ведения Союзного государства [1].

В контексте сложившихся организационно-правовых форм участия в бюджетном процессе, связанным с бюджетом Союзного государства, было бы логичным уточнить предметы ведения Союзного государства и некоторые вопросы, касающиеся исполнения бюджета, отнести к совместному ведению Союзного государства и государств-участников, или даже рассмотреть перспективу отнести отдельные из них к вопросам исключительного ведения государств-участников (например, в части, касающейся определения некоторых участников бюджетного процесса).

Влияют на реализацию инвестиционного потенциала Союзного государства и иные факторы, связанные с особенностями экономических моделей России и Беларуси, определением долей государств в бюджете, размером бюджета Союзного государства (в т. ч. относительно ВВП союзных государств) и др.

Решение системных вопросов реализации инвестиционного потенциала бюджета Союза Беларуси и России должно осуществляться параллельно с иными мерами,

обеспечивающими эффективность расходования средств бюджета Союзного государства и их сохранность от нецелевого расходования и неэффективного расходования, иных противоправных посягательств.

В заключение статьи следует отметить, что выделение некоторых проблем реализации инвестиционного потенциала бюджета Союзного государства позволяет их систематизировать и классифицировать как связанные непосредственно с бюджетным процессом Союзного государства, так и касающиеся бюджетно-правового регулирования непосредственно в Российской Федерации и Республике Беларусь.

Список литературы

1. Договор о создании Союзного государства [Электронный ресурс] // Информационно-аналитический портал Союзного государства. – Режим доступа: <http://www.soyuz.by/about/docs/dogovor5/>. – Дата доступа: 01.04.2019.
2. Лаптева, А. М. Понятие «бюджетные инвестиции» / А. М. Лаптева // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета / Право. Т. 9. Вып. 3. – С. 330–342.
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон, 31 июля 1996 г., №145-ФЗ; принят Государственной Думой 17 июля 1998 г. : одобр. Советом Федерации 17 июля 1998 г.: в ред. Федерального закона от 15.04.2019 // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант-Плюс». – М., 2019.
4. Бюджетный кодекс Республики Беларусь : Закон Респ. Беларусь, 16 июля 2008 г., № 412-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г. // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
5. Павловская, И. Совершенствование бюджетного процесса будет продолжаться [Электронный ресурс] / И. Павловская // Информационно-аналитический портал Союзного государства. – Режим доступа: <http://www.soyuz.by/news/soyuz/25130.html>. – Дата доступа: 01.04.2019.
6. О финансовых аспектах сотрудничества в рамках Союзного государства [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/upload/ministerstvo/cooperation/souz_gos.pdf. – Дата доступа: 02.04.2019.
7. В 2019 г. за счет средств бюджета Союзного государства будет профинансировано 13 программ и 3 проекта [Электронный ресурс] // Информационно-аналитический портал Союзного государства. – Режим доступа: <http://www.soyuz.by/news/soyuz/41558.html>. – Дата доступа: 01.04.2019.
8. Резюк, В.И. Предмет регулирования в теории бюджетного права и бюджетном законодательстве Республики Беларусь: унификация понятий / В. И. Резюк // Вестник Брэсцкага ўніверсітэта / Серыя №2 Гісторыя. Эканоміка. Права. – 2017. – №2. – С.171–178.
9. О внесении изменений и дополнений в Бюджетный кодекс Республики Беларусь : Закон Респ. Беларусь, 30.12.2015, № 342-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

**ИНВЕСТИЦИИ В ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА**
**INVESTMENTS IN IMPORT SUBSTITUTION AS A FACTOR OF ECONOMIC
SECURITY OF THE REGION**

Царегородцев Иван Сергеевич
Tsaregorodtsev Ivan Sergeevich

Поволжский государственный технологический университет, Россия, Йошкар-Ола
Volga State University of Technology, Russia, Yoshkar-Ola
(e-mail: ivantsareg@yandex.ru)

Аннотация: Раскрыта значимость привлечения регионами инвестиций в рамках проведения программы импортозамещения, что является фактором обеспечения экономической безопасности региона.

Abstract: The article reveals the importance of attracting investment by regions in the framework of the import substitution program, which is a factor in ensuring the economic security of the region.

Ключевые слова: инвестиции, импортозамещение, экономическая безопасность региона.

Keywords: investments, import substitution, economic security of the region.

На протяжении последних лет российская экономика, в силу совокупности причин, находится в кризисном состоянии. Осложняет ситуацию тот факт, что в отношении страны введены экономические санкции со стороны ряда стран, которые, помимо прочего, ограничивают приобретение российскими предприятиями определенных товаров, в первую очередь оборудования, необходимого для промышленных предприятий.

Данные обстоятельства значительно осложняют нормальное функционирование экономике России и не могли не оказать влияния на регионы страны. Хозяйственная деятельность промышленных предприятий по всей стране сильно зависима от импорта технологий из-за рубежа и ограничения на продажу оборудования российским предприятиям может привести к губительным последствиям.

Отсутствие возможности приобретать иностранное оборудование может повлечь технологическую отсталость предприятий, а значит утрату конкурентоспособности и, как следствие, банкротство. Такая ситуация является крайне серьезной угрозой экономикой безопасности регионов.

В системе государственного управления экономическая безопасность региона относится к мезоуровню [4]. Сущность экономической безопасности региона можно охарактеризовать как состояние защищенности от внешних и внутренних факторов, способных нанести ущерб региону. Процесс обеспечения экономической безопасности региона заключается в способности местных органов власти эффективно распоряжаться имеющимися ресурсами, такими как трудовые, природные и финансовые, чтобы обеспечить экономическое развитие региона. Экономическая безопасность региона является частью национальной безопасности.

В силу вышеупомянутых обстоятельств, руководством страны был объявлен курс на импортозамещение в таких отраслях национальной экономики, как сельское хозяйство, информационные технологии и машиностроение.

Под импортозамещением понимается сокращение или прекращение импорта в страну определенных видов товаров, за счет организации собственного производства ранее импортируемой продукции. Следует заметить, что импортозамещение направлено на

снижение объемов импорта, а не на полный запрет ввоза товаров. Положения политики импортозамещения зависят от политических приоритетов страны и могут изменяться под влиянием обстоятельств [3].

Проведение импортозамещения является крайне дорогостоящей программой, предусматривающей оказание финансовой помощи предприятиям и создание для них льготных условий. Регионы страны серьезно ограничены в средствах, которых едва хватает на выполнение социальных функций, а помощь федерального центра набавлена на приоритетные отрасли и предприятия. Поскольку подавляющее большинство регионов не имеют возможности инвестировать в свою экономику в необходимых масштабах, то важным фактором является привлечение сторонних инвесторов.

Недостаток инвестиций является традиционной проблемой, с которой сталкивается руководство регионов [5]. Наиболее привлекательными для инвесторов, как правило, являются крупнейшие по населению регионы, расположенные в европейской части страны, в то время как малые регионы испытывают большие трудности с привлечением инвесторов.

Привлечение инвесторов в регион является довольно трудной задачей для руководства региона, требующей комплексного подхода. В тоже время, необходимо учитывать, что в инвестициях нуждаются все регионы, и конкуренция за инвестиции может быть крайне напряженной.

Необходимо учитывать, что сложившаяся международная политическая ситуация значительно осложняет привлечение иностранных инвесторов, которые опасаются связей с российским бизнесом, поскольку существует риск, что в отношении их партнеров могут быть введены санкции, а это, в свою очередь, отразится на их деятельности и репутации.

В условиях острой необходимости в привлечении финансов в программы импортозамещения и наличии конкуренции органы государственной власти региональные должны уделять повышенное внимание уровню инвестиционной привлекательности региона. Данный показатель зависит от совокупности различных факторов и состоит из двух компонентов: инвестиционного потенциала региона и инвестиционного риска.

Инвестиционный потенциал региона определяется совокупностью факторов производства, в числе которых природные ресурсы, трудовые ресурсы, инновационность производства, развитие институтов экономики, социально-экономическая обстановка. Под инвестиционным риском понимается вероятность потери инвестиций и дохода инвестором. Данный показатель формируется учитывая экономический, политический, финансовый, социальный, экологический, криминальный и законодательный факторы.

Важным аспектом при привлечении инвесторов в проекты в рамках импортозамещения является тот, что эти проекты попадают под протекционистские программы государства, а значит отдача от них более вероятна, за счет меньшей или вовсе отсутствующей конкуренции со стороны иностранных компаний. В качестве примера можно привести аграрный сектор, который демонстрирует высокие темпы роста. Значимым фактором, обеспечивающим данный рост, является ограничения импорта продовольствия в Россию, что позволило развиваться отечественным сельскохозяйственным предприятиям, а их инвесторам получать доход.

В системе обеспечения экономической безопасности региона привлечение инвестиций в импортозамещение является положительным фактором, поскольку способствует развитию региональной экономики, совершенствованию технологий производства, улучшению инфраструктуры и повышению качества жизни, что положительно сказывается на состоянии экономической безопасности региона.

Инвестиции необходимы для наращивания экспорта продукции из региона, поскольку без внешних вливаний средств промышленность региона будет испытывать серьезные трудности [2].

Важным фактором при формировании инвестиционной привлекательности региона является утверждение Инвестиционной стратегии. В таком документе определяются инвестиционные приоритеты, ключевые цели и задачи, выявляются проблемы в

инвестиционной сфере и пути их решения, а также показатели определения результативности стратегии. В современных экономических и политических реалиях определению механизма привлечения инвестиций в импортозамещение должно быть уделено повышенное внимание со стороны руководства регионов.

Следует отметить, что местные органы власти весьма ограничены в воздействии на процесс импортозамещения, поскольку полномочия по регулированию данного вопроса находятся в ведении федеральных органов власти. В своей деятельности руководители регионов опираются на федеральные программные документы, определяющие основные положения реализации импортозамещения [1].

В том случае, если органы государственной власти региона не уделяют должного внимания вопросу привлечения инвестиций в импортозамещающие проекты, то в результате будет упущена возможность модернизировать производство и занять освободившиеся от иностранных конкурентов рынки, что негативно скажется на экономической безопасности региона.

Таким образом, привлечение инвестиций в импортозамещения является важным фактором обеспечения экономической безопасности региона, поскольку создает условия для обеспечения экономического развития и улучшения социально-экономической обстановки, а значит укрепляет экономическую безопасность региона.

Список литературы

1. *Иванов О.Б., Бухвальд Е.М.* Проблемы импортозамещения в стратегиях развития российских регионов // ЭТАП. 2017. № 4. С. 24-41.
2. *Каранина Е.В.* Экономическая безопасность: на уровне государства, региона, предприятия. Киров: ФГБОУ ВО «ВятГУ», 2016. 389 с..
3. *Копеин В.В., Филимонова Е.А.* Импортозамещение как новый элемент в системе продовольственной и экономической безопасности // Российское предпринимательство. 2015. № 18. С. 2947-2956. doi: 10.18334/rp.16.18.1942.
4. *Миронова О.А.* Концепция экономической безопасности и ее развитие // Инновационное развитие экономики. 2016. № 6-2 (36). С. 266-269.
5. *Саликов Ю.А.* Факторы экономической безопасности в стратегическом развитии региона // ТПП АПК. 2016. № 6 (14). С. 111-117.

УДК 338.1

РАЗВИТИЕ СИСТЕМ САМООБСЛУЖИВАНИЯ В БАНКОВСКОЙ И РОЗНИЧНОЙ СФЕРАХ THE DEVELOPMENT OF SELF-SERVICE SYSTEMS IN THE BANKING AND RETAIL SECTORS

**Давыдов С.В., Растанин Д.А.
Davydov S.V., Rastanin D.A.**

*ООО "ОСТПАК Технологии", г. Москва, Россия
JSC "OSTPAK Technologies", Moscow, Russia*

Аннотация: Раскрыта значимость развития систем самообслуживания в банковской и розничной сферах. Проанализирован опыт работы на рынке услуг компании «Осткард»

Abstract: It reveals the importance of the development of self-service systems in the banking and retail sectors. Analyzed experience in the market of the company "Ostkard»

Ключевые слова: банк, банковские карты, розничный бизнес

Keywords: Bank, Bank cards, retail business

Современный розничный бизнес все чаще опирается на технологические решения, связанные с самообслуживанием клиентов и автоматизацию. Таких примеров очень много, начиная от массовых терминалов оплаты тех или иных услуг и заканчивая вендинговыми автоматами и недавно появившимися кассами самообслуживания в супермаркетах. Многие эти решения достаточно успешны, что позволяет с оптимизмом смотреть на подобную реализацию функций торгово-сервисных предприятий, банков и других организаций [1.2]. Что неизменно, так это вовлечение конечного клиента в реализацию той или иной функции бизнеса со следующими возможными целями:

- Удобство клиента;
- Сокращение затрат бизнеса на персонал, рабочие или торговые площади;
- Увеличение скорости предоставления товара, услуги, обслуживания клиента;
- Получение дополнительного дохода за счет внедрения решения для самообслуживания.

То есть, текущая тенденция показывает, что мы будем видеть все больше подобных решений в самых различных сферах.

Компания «Осткард» уже давно и успешно занимается внедрением решений по моментальному выпуску карт; уже внедрены и работают проекты в Российской Федерации и СНГ, в том числе крупные проекты, где в распределенной сети находятся сотни устройств, работающих одновременно.

Одним из дальнейших направлений развития решений по моментальному выпуску была выбрана разработка киоска самообслуживания по моментальному выпуску карт. Данный продукт позволяет еще больше упростить процесс получения карты для клиента, ведь в данном случае время и место получения своей карты клиент выбирает сам и это исключает необходимость траты собственного времени на простаивание в очередях, многократных походах в отделение банка или муторное заполнение бумажных анкет. Данное решение универсально и позволяет выпускать различные типы карт. Речь идет не только о банковских продуктах, но и о картах лояльности, транспортных картах для общественного транспорта, подарочных картах или картах для мероприятий, например аккредитаций для выставок. Направлений много, но киоск самообслуживания может быть использован практически в любом из них. Каждый из указанных случаев может потребовать специфического оснащения самого киоска по сравнению с базовым вариантом, равно как и дополнительные функции программного обеспечения киоска – все это возможно благодаря гибкой платформе и возможности кастомизации решения под специфические нужды потребителя.

При проработке киоска, мы заранее постарались рассмотреть различные варианты реализации для конечного клиента, чтобы решение получилось универсальным, при этом естественно учитывалась экономическая составляющая, решение не должно быть слишком затратным и сложным. В результате проектирования был получен прототип с модулями, выполняющими основные функции. К основным модулям были отнесены следующие:

- Непосредственно корпус киоска, в котором монтируются все остальные модули; Корпус киоска выполнен из комбинации металла и стекла и естественно, подразумевает возможность окраски в фирменные цвета заказчика или специальное графическое оформления.

- Эмбоссер модели EntrustDatacard CE 870K с функциями записи магнитной полосы, записи контактного или бесконтактного чип-модуля карты, графической печати, индент-печати, эмбоссирования, окраски рельефных символов. Данное устройство является модификацией эмбоссера CE870 для установки в киоск. Дополнительной функцией данной машины является возможность втянуть карту обратно в устройство, в том случае, если клиент не забрал изготовленную карту в течение заранее установленного времени.

- Устройство выдачи карты. Присоединяется в эмбоссеру и служит для выдачи карты.
- Пин-пад; В случае необходимости в рамках киоска может быть реализован сценарий, при котором клиент помимо выпуска карты производит операцию назначения пин-кода.

- Тач-скрин монитор; Служит основным средством коммуникации между клиентом и киоском. Помимо непосредственно взаимодействия с клиентом, на монитор может быть выведена любая информация, в том числе рекламного характера.

- Картоприемник; В качестве возможного элемента сценария взаимодействия клиента с киоском может быть предусмотрена ситуация, при которой клиент сдает свою старую карту до получения новой. При этом это может служить как обязательным элементом, то есть одним из способов аутентификации клиента, так и опциональным. Карты из картоприемника помещаются в специальную емкость, из которой их забирает сотрудник эмитента карты, ответственный за обслуживание киоска или извлечение карт.

- Термопринтер для печати чеков; Принтер отображает информацию о выпуске карты, при этом на чеке может быть размещена любая информация, связанная с выпуском карты. Печать чека может быть обязательной или опциональной.

- Камера видеонаблюдения. Производит обзор фронтальной части киоска.

- Управляющий ПК. Служит для управления системами киоска, за исключением устройства выпуска карт.

- Сетевое оборудование. Служит для коммуникации киоска с внешними системами.

Одной из особенностей киоска стал подход к организации безопасности в части хранения и движения персональных данных. Находящийся в киоске эмбоссер не связан с управляющим ПК, также находящимся в киоске. Эмбоссер через сетевое соединение подключен к центральному серверу, который в свою очередь уже через специальные сервисы коммуницирует с управляющим ПК киоска. Такой подход позволяет организовать генерацию данных на центральном сервере без установки криптографического оборудования для хранения секретных ключей непосредственно в киоске, исключает компрометацию данных через управляющий ПК киоска и избавляет от необходимости подключения киоска к каким-то дополнительным ИТ-системам заказчика. Особенно важно это для банковского сектора и для отраслей, где на карте в том или ином виде присутствуют персональные данные пользователя карты. Естественно, если сам по себе карточный продукт не имеет высоких требований с точки зрения безопасности, схему подключения можно упростить и снизить общую стоимость.

Второй особенностью киоска с точки зрения безопасности стал подход к аутентификации клиента. При разработке конкретного сценария выпуска карты, мы предлагаем использовать многофакторную аутентификацию, не менее 2-х способов. Для этого могут быть использованы как периферийные устройства киоска, так элементы программного обеспечения системы выпуска карты или иных ИТ систем клиента. Использование нескольких факторов при подтверждении выпуска позволяет существенно снизить риски несанкционированного выпуска.

Если вернуться к вопросу практического использования киоска для выпуска карт, хотелось бы более подробно рассмотреть возможные варианты. Вполне очевидным кажется использование такого киоска для выпуска банковских продуктов, причем как на уровне отделения банка, так и в точках установленных, например, в торговых центрах или аэропортах. Также киоск может быть использован в транспортных узлах, для выпуска транспортных карт для проезда с целью снижения нагрузки на персонал касс и автоматизации процесса выдачи. Не менее интересным может быть вариант для выдачи карт лояльности или подарочных карт – тут можно выделить два случая, первый - когда киоск находится у какого-то одного ритейлера и через киоск он реализует функцию выдачи своих карт в рамках программы лояльности. Второй, когда киоск принадлежит торговому центру и этот торговый центр осуществляет выдачу карт различных магазинов, расположенных в данном ТЦ, то есть становится мультибрендовым. Технически это реализуемо в рамках нашей платформы.

Выше были приведены примеры стационарного размещения киоска, однако временное также возможно для выполнения некоторых задач. Примерами таких задач может быть выдача промо-карт, аккредитаций или пропусков на выставках, спортивных, массовых

мероприятиях Использование киоска самообслуживания на подобных мероприятиях позволит сократить количество привлеченного персонала и сделать процесс получения карты более увлекательным для клиента, вплоть до использования элементов лотерей и розыгрышей призов.

Оба описанных выше варианта можно совместить, при решении задач изначально предполагающих стационарную выдачу карт выпущенных централизованным образом. Примером такого использования может быть реализация банковских зарплатных проектов через киоск – в этом случае киоск временно устанавливается на предприятии, а сотрудники предприятия сами для себя решают, в какой момент времени они могут получить свою зарплатную банковскую карту. Это, как и в предыдущих случаях позволит снизить нагрузку на персонал банка и предприятия, снизить нагрузку на центральное персобиюро банка, а самое главное оказать удобный сервис клиентам банка.

В качестве резюме можно в очередной раз сказать, что киоск самообслуживания по выпуску карт - это очень удобное технологическое решение, которое позволит сделать очередной шаг в плане качества обслуживания клиентов. Компания «Осткард», как разработчик и интегратор данного решения, поможет проработать всевозможные сценарии использования киоска и подготовит необходимое программное обеспечение для выполнения задачи клиента. Сервисная служба компании обеспечит непрерывность функционирования устройств и сервиса. Демо-образец устройства представлен в шоу-руме компании, начиная с апреля 2018 года.

Список литературы

1. Зернова Л.Е. Проблемы и пути совершенствования деятельности коммерческих банков // Монография – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина – 2018 – 247 с.
2. Зернова Л.Е., Маврашин АА. Банковские инновации и их классификация // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития. – М.:2018 – с. 82-84.

СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ

УДК 159.99

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ТРАЕКТОРИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ УЧЕНИКА ШКОЛЫ SYSTEM APPROACH TO PROFESSIONAL ORIENTATION OF SCHOOL STUDENTS

**Агальцова Татьяна Владимировна *, Ильясов Ислам Имранович **,
Нагибина Наталия Львовна ***
Agaltsova Tatyana V. *, Ilyasov Islam **, Nagibina Natalia L. *****

*Школа № 1505, Россия, Москва
School № 1505, Russia, Moscow

**МГУ им. М.В. Ломоносова, Россия, Москва
Moscow Lomonosov State University, Russia, Moscow
(e-mail: ilyasov-i@rambler.ru)

***Центр развития человека, Россия, Москва
Center of Human Development, , Russia, Moscow
(e-mail: nagibina@inpsycho.ru)

Аннотация: В статье представлен вариант организации образовательного процесса в средних и старших классах школы. Главным направлением этого процесса предлагается принят построение траектории обучения и учения с учетом индивидуальных способностей и склонностей учащегося. Школа №1505 города Москвы является экспериментальной площадкой для разработки алгоритмов личностно-ориентированного воспитания и обучения. В рамках этой школы разработан и апробирован алгоритм работы с учащимися старших классов по выбору профиля обучения. Этот алгоритм включает в себя ориентировку на конечную цель – выбор предпочитаемой профессии и осознанный, согласованный с родителями, учителями и администрацией школы путь построения индивидуальной траектории развития.

Abstract: The article presents a variant of organization of the educational process in the middle and high school. The main direction of this process is proposed to be building a trajectory of teaching and learning with higher degree of taking into account the individual abilities and inclinations of the pupil. School №1505 of Moscow is an experimental platform for the development of algorithms of personality-oriented education and training. Within the framework of this school, an algorithm for working with pupil to choose the profile of training has been developed and tested. This algorithm includes orientation to the ultimate goal – the choice of preferred profession and conscious, coordinated with parents, teachers and school administration way of building an individual instruction and learning path.

Ключевые слова: системный подход, самореализация, обучение и воспитание, профессионализация, алгоритм выбора.

Keywords: system approach, self-realization, education, professionalization, algorithm of choice.

Главной конечной целью деятельности психолога во всех учебно-воспитательных учреждениях, так же как и у всех участников системы обучения и воспитания

подростающего поколения, является обеспечение полноценного образования, воспитания и развития детей и юношества. Тем самым, основным компонентом, на который, в конечном счете, направлена деятельность практического психолога в области образования, являются учащиеся и воспитанники всех возрастных групп. Это, разумеется, не означает, что психолог в образовании «работает» только с учащимися. Он, конечно же, работает и со многими другими представителями образовательной системы – учителями, родителями, администраторами и методистами, разработчиками курсов обучения и воспитания.

Важнейшей частью процесса образования и воспитания учащихся является организация стратегии его развития в обучении и подготовки к профессиональной самореализации. Концепция непрерывного образования «детский сад – школа – вуз» направлена на раннюю профессионализацию с учетом выявленных способностей и склонностей ребенка.

Экспериментальной площадкой для проверки эффективности данной концепции стала школа №1505 «Преображенская» города Москвы. Более четверти века назад увлеченный коллектив педагогов, психологов и методологов образования решил открыть Учебно-воспитательный комплекс №1690 с экспериментальной апробацией педагогики Монтессори (сейчас это часть комплекса школы №1505), в котором исследовалась связка «ясли-сад – школа». Система дополнительного образования на базе школы позволяла учащимся максимально раскрыть свои способности в творческих коллективах. В основной школе преемственность развивающего обучения осуществлялась в гимназических классах. Гимназический компонент реализовался через языковые предметы: русский язык, литературу, иностранные языки, мировую художественную культуру, спецкурсы по русскому и английскому языкам, а также предметы естественно-технических дисциплин (в преподавании математики использовалась программа Томского государственного университета «МПИ-проект»). Было организовано эффективное взаимодействие с рядом московских вузов – ВШЭ, МГУ, МГПУ, МПГУ, МИЭМ – по довузовской подготовке, проведению диагностических работ, тестированию учащихся по различным предметам, целевому набору в вуз и педагогической практике студентов.

Однако школа столкнулась с проблемой – отсутствует алгоритм работы с учащимися старших классов по выбору профиля обучения.

Способ распределения учащихся по профилям образования в министерских программах и существующих на данный момент концепциях представлен лишь в самом общем плане и плохо прописан операционально, чтобы администрация школы могла создать условия для максимальной реализации возможностей ученика в дисциплинах по выбору.

Основной упор в распределении учеников делается на его успеваемость по школьным предметам. Нам представляется такой подход малоэффективным и исключающим работу психологов. Кроме того, индивидуальный подход помимо учета способностей предполагает учет предпочитаемых и отвергаемых стратегий развития конкретного учащегося, опору на особенности когнитивного стиля и стиля учения, особенности ценностно-мотивационной сферы ученика, особенности общения. Эти особенности индивидуального подхода проигнорированы подавляющим большинством работников образовательной сферы на всех уровнях, включая педагогов-психологов.

Необходимым условием создания образовательного пространства основной школы, которое способствовало бы самоопределению подростка, является, прежде всего, введение предпрофильной подготовки через организацию курсов по выбору. Эффективный алгоритм организации предпрофильного образования в 7-8 классах основной общеобразовательной школы с учетом индивидуальных различий в склонностях и способностях должен опираться на единый вектор усилий как минимум 4-х участников процесса учения и обучения – ученика, учителя, родителей и психолога-педагога. Каждый в профильном обучении играет свою роль, которая должна быть ясно прописана, согласована со всеми участниками, все усилия максимально синхронизированы. Алгоритм этой работы должен быть ясным и относительно простым.

В этой задаче «используются «матрицы» и «схемы» альтернативного выбора, позволяющие формулировать, ранжировать и наглядно, «количественно» соотносить аргументы «за и против» совершаемого выбора профиля. Целесообразно, как указывается в документах министерства образования РФ, чтобы в ранжировании факторов независимо друг от друга принимали участие сам учащийся, учителя и родители, что может обнаружить отличия приоритетов мотивов профильной ориентации», - отмечают Новикова Т.Г. и Прутченков А.С. в обзорной работе министерских документов по организации предпрофильной подготовки в старших классах основной общеобразовательной школы.

Важным звеном процесса учения является учитель. Работа по старинке, когда учитель является носителем информации и организует процесс передачи у усвоения конкретной информации учеником с развитием новых технологий уходит в прошлое. Информационные технологии позволяют расширить палитру способов передачи учебного материала и способов его отработки и усвоения с учетом индивидуальных познавательных особенностей, добиваясь максимального результата.

Работа с родителями предполагает их вовлечение в процесс учения и воспитания ребенка направленное на максимальную реализацию потенциала развития ученика с учетом его индивидуальных особенностей и спецификой семейного воспитания в каждом конкретном случае.

Психолог-педагог в процессе учения и обучения играет роль диагноста (ученика, учителя и родителя), помогая максимально понять особенности психики каждого участника процесса, он корректирует процесс учения, обучения и воспитания, в тех случаях, когда такая коррекция необходима.

Учет познавательного типа учителя и ученика в организации образования позволит достичь более высоких результатов в освоении профильных предметов и воплотить в жизнь рекомендации Минобразования РФ: «Учитель профильной школы обязан не просто быть специалистом высокого уровня, соответствующим профилю и специализации своей деятельности, но и должен обеспечивать вариативность и личностную ориентацию образовательного процесса (проектирование индивидуальных образовательных траекторий)» (Концепция профильного обучения на старшей ступени общего образования, Приложение к приказу Минобразования РФ от 18.07.2002 Москва N 2783).

В информационной работе хорошо помогают специализированные интернет-ресурсы. Одним из наиболее удачных и объективных, на наш взгляд, является Вузопедия. На данном ресурсе любой ученик может ознакомиться с наиболее полным спектром профессий, получить информацию о востребованности выбранной профессии в ближайшем будущем, узнать, какие вузы готовят соответствующих специалистов.

В рамках диагностики склонностей учащихся к определенным видам деятельности в школе №1505 проводилась работа с сайтом «Вузопедия». Учащимся предлагалось выбрать и проранжировать три специальности, которые кажутся им привлекательными для будущего профессионального самоопределения. Полный список специальностей был представлен каждому на мониторе. Следующий этап включал конкретизацию каждой специальности по направлению. Например, специальность «Архитектура и строительство» имеет 16 направлений: архитектура, градостроительство, дизайн архитектурной среды, реконструкция и реставрация архитектурного наследия и другие. Школьник, выбирая специальность «дизайн архитектурной среды», более конкретно знакомился с содержанием данной специальности и направления: «Данная специальность появилась относительно недавно, ее можно назвать достаточно "молодой". Она находится на стыке архитектуры и дизайна. Это предполагает, что в проектировании максимально используются разнообразные методы, материалы и технологии, чтобы предметные формы составили гармоничное пространство для человеческой жизни. В рамках данной программы студент становится специалистом, который сможет применить свои навыки в области дизайна, архитектуры в зависимости от профиля. Важно понимать, что, выбирая данную специальность, абитуриент должен иметь к этому предрасположенности: масштабность мышления, умение мыслить пространственно,

погружаться в проект, не забывая о его различных составляющих. Остальному научат в процессе. На важном месте находится знание точных наук, этому уделяется много времени» (<http://vuzopedia.ru/spec/sphere/4>). Затем учащийся имел возможность посмотреть варианты программ по данному направлению в вузах России, выбрать вуз, исходя из возможностей проживания в конкретном месте и сдачи ЕГЭ для поступления на выбранную специальность. Следующий этап диагностики – согласование выбранных специальностей с родителями, учителями и психологом. Родителям также предлагалось заполнить анкету с предпочитаемыми специальностями, направлениями и вузами для своего ребенка. Исследования показали, что за редким исключением, родители поддержали выбор своего сына или дочери. По крайней мере, из трех выбранных направлений учеником и родителем практически всегда были общие. Данный метод позволил на этапе выбора предпрофильной и профильной подготовки иметь ясно выраженные цели относительно сдачи конкретных ЕГЭ для учебы по предпочитаемой специальности. Эта цель была согласована со всеми участниками процесса подготовки к поступлению в вуз.

Таким образом, алгоритм работы с учащимися старших классов по выбору профильного обучения является многоступенчатым. Важными условиями подготовки учеников к такому выбору является поддержка со стороны родителей, учителей и администрации школы. Творческая свобода и максимальная самореализация – главные факторы в становлении настоящего профессионала. Эти качества необходимо развивать и поддерживать на всем пути развития и становления человека.

Список литературы

1. *Артемова Н.Г.* Общее, типологическое, индивидуальное в визуальной диагностике: учебное пособие. М.: Московский гуманитарный ун-т, 2008.
2. *Артемова Н.Г., Ильясов И.И., Нагибина Н.Л. и др.* Познание и личность: типологический подход. М., «Книга и бизнес», 2004
3. *Ильясов И.И.* Учет в обучении когнитивно-мотивационных типов по системе Н.Л.Нагибиной (психосоциология) / «Человек, Искусство, Вселенная», М., «Центр развития человека», 2017, с. 26-33
4. Концепция профильного обучения на старшей ступени общего образования (Приложение к приказу Минобразования РФ от 18.07.2002 Москва N 2783)
5. *Новикова Т.Г., Прутченков А.С.* Организация предпрофильной подготовки в старших классах основной общеобразовательной школы. М., «Новая школа», 2005

УДК 339.92

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ХАРАКТЕР ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ БЕЛАРУСИ И УКРАИНЫ POTENTIAL POSSIBILITIES AND CHARACTER OF FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BETWEEN BELARUS AND UKRAINE

**Андрощук Сусанна Валерьевна
Androshchuk Susanna Valerievna**

*Белорусский государственный университет, Республика Беларусь, Минск
Belarusian State University, Belarus, Minsk
(susanna.androshchuk@gmail.com)*

Аннотация: В статье рассматриваются аспекты двустороннего сотрудничества Республики Беларусь и Украины. Отношения с Украиной, как вторым по величине соседом, представляют особую важность для Республики Беларусь на протяжении всей истории

независимой Беларуси. В заключение автором сделаны выводы о возможных ключевых областях сотрудничества Республики Беларусь и Украины в 2019 году, а также обоснованы предпосылки для усиления сотрудничества.

Abstract: The article discusses aspects of bilateral cooperation between the Republic of Belarus and Ukraine. Relations with Ukraine, as the second largest neighbor, have been of particular importance for the Republic of Belarus throughout the history of independent Belarus. In conclusion, the author made conclusions on possible key areas of cooperation between the Republic of Belarus and Ukraine in 2019, and also justified the prerequisites for enhancing cooperation.

Ключевые слова: двустороннее сотрудничество, импорт, товарооборот, Республика Беларусь, Украины, экспорт.

Keywords: bilateral cooperation, import, commodity circulation, Republic of Belarus, Ukraine, export.

Отношения с Украиной, как вторым по величине соседом, представляют особую важность для Республики Беларусь на протяжении всей истории независимой Беларуси. На сегодняшний день Республика Беларусь и Украина ставят целью увеличить торговый оборот и достичь показателей, равных 7-10 млрд. долларов США. По данным Госкомстата, Украины среди торговых партнеров Украины Республика Беларусь по итогам 9 месяцев 2018 заняла 2 место среди стран СНГ и 4 место среди стран мира (РФ, Китай, Германия). Потенциальные возможности для интенсификации двустороннего сотрудничества Республики Беларусь и Украины представлены следующим образом.

1. Экономическая кооперация

Нужно отметить, что товарная структура от года к году претерпевает изменения в зависимости от уровня развития импортозамещающей продукции в станах и вытеснения конкурентов, мер протекционистского характера, временной или постоянной переориентации на рынки России и других стран.

В торговле двух стран с момента обретения независимости можно выделить несколько хронологических этапов. В 1192-1994 гг. наблюдалось падение объемов взаимной торговли, затем с 1995 по 2002 гг. - стабилизация объемов взаимной торговли с цикличным характером её развития. Стабильный рост объемов взаимной торговли с относительным балансом в экспорте и импорте был отмечен в 2003 – 2007 гг., на протяжении следующих семи лет объемы торговли увеличивались с доминированием белорусского экспорта в Украину. В 2015 году наблюдался спад объемов внешней торговли (по сравнению с 2014 годом практически в 2 раза) [1].

По состоянию на сегодняшний день данный показатель снова стабилизировался. По итогам 2017 года товарооборот достигает около 4,5 млрд. долларов США, что примерно на 20 процентов больше, чем в 2016 году. По поручению двух президентов белорусской стороной разработана дорожная карта по достижению в 2019 году товарооборота с Украиной в объеме не менее 8 млрд. долларов.

Главной тенденцией экономической кооперации стало уменьшение показателей торговли двустороннего формата, что происходит на фоне острого экономического кризиса в Украине, вызванного последствиями внутривнутриполитических преобразований в стране. Тем не менее Украина остается для Беларуси вторым по значимости торговым партнером после России. По данным Белорусского института стратегических исследований, по итогам января-сентября 2016 г. Украина заняла 2-е место по объему оборота, 2-е – по экспорту и 5-е – по импорту в белорусской внешней торговле [2]. На начало 2017 года удалось решить или найти компромисс по большинству торговых споров, публично или непублично сопровождавших двустороннюю торговлю. Падение товарооборота между двумя странами не говорит о каких-то принципиальных проблемах. В обоих государствах в 2015 году происходило падение экономики и снижение товарооборота с большинством торговых партнеров. Речь скорее идет об общей негативной тенденции, нежели о специфических двусторонних проблемах.

За январь-сентябрь 2018 общий товарооборот с Республикой Беларусь составил 3951.2 млн долл. США и по сравнению с аналогичным периодом 2017 увеличился на 578.6 млн. долл. США или на 17,2% [3].

При этом экспорт украинских товаров и услуг достиг 1042.7 млн. долл. США, увеличившись по сравнению с 9 месяцами 2017 года на 150.6 млн. долл. США или 16,8% [3].

Импорт товаров и услуг из Республики Беларусь в Украину составил 2908.5 млн. долл. США и увеличился по сравнению с 9 месяцами 2017 года на 428 млн. долл. США или 17,3% [3].

Сальдо двусторонней торговли для Украины за 9 месяцев 2018 сложилось отрицательным в размере 1865.9 млн. долл. США [3].

2. Производственная кооперация

На сегодняшний день в Украине функционирует развитая товаропроводящая сеть белорусских экспортеров, состоящая из более ста компаний, работающих в разных отраслях промышленности: нефтехимия (ООО «БНК Украина», ООО «Украинский торговый дом «Белшина», ООО «БНХ Украина»); машиностроение, оборудование, бытовая техника (ООО «ТД МАЗ-Украина», АОЗТ «Атлант-Украина», ООО «Хоризонт-Украина», ООО «Торговый дом «Энергокомплект Украина»); легкая промышленность (ООО «Конте-Украина», ООО Торговая компания «Милавица», «Владиком», ООО «Торговый дом «Оршанский льнокомбинат-Одесса»); пищевая промышленность (ЧП «Санта-Украина», ООО «Беллакт-Украина», ТОО «Торговый дом «Бабушкина крынка Украина», ООО «Белорусская аграрная компания»); деревообработка (ДП «АА Территория дизайна»); стройматериалы (ООО ТД «Гомельстекло-Украина», ЧП «Ремус-Декор», ООО «Торговый дом „Белтеп-Украина”).

В 2017 году с участием белорусской стороны были открыты три компании. В Луцке создано предприятие по сборке белорусских троллейбусов Белкоммунмаш. В настоящее время в Украине действует восемь совместных сборочных производств (тракторов, зерноуборочных комбайнов, лифтового оборудования, троллейбусов, техники МАЗ и др.).

По данным БелТПП, украинские предприятия также заинтересованы в поиске партнеров в Республике Беларусь. На сегодняшний день это - ОАО "Торговый дом "Одессакабель" (ПАО "Одесский кабельный завод "Одессакабель") по производству телекоммуникационных кабелей, медных и волоконно-оптических кабелей связи, радиочастотных, цифровых или LAN-кабелей, силовых кабелей, проводов и шнуров разного назначения; ООО "Ladyroom" по производству мебели: расписанные вручную напольные столы, настенные столики, столы, лакированный шпон и зеркала в раме с художественной росписью. Мебель изготавливается из МДФ, фанеры или в полимерном покрытии с художественной росписью под лаком или из натурального дерева с использованием металла или кожи; ОАО "Укртехнофудз" (производство высокотехнологического оборудования для пищевой промышленности); ООО "Амтек Трейд" (оптовая торговля продуктами питания, в том числе рыбой и морепродуктами); ООО "Губерния-2009" (экспорт зерна и продуктов зернопереработки (мука пшеничная, отруби)) и ООО "Маритайм Интер Сервис" (сервис по агентированию судов в портах Украины и экспедированию грузов).

3. Энергетический вопрос

Уровень сотрудничества в области поставок энергоносителей вообще ключевая тема взаимодействия двух стран. Украина с помощью Беларуси экспортирует свою электроэнергию в Прибалтику и Польшу. Беларусь поставляет на украинский рынок топливо. В 2010-2011 годах был реализован проект по поставкам трубопроводами азербайджанской нефти на Мозырский НПЗ. При этом поставки осуществлялись вопреки активным протестам России и доказали свою выгоду [1].

Республика Беларусь и Украина давно ведут переговоры о налаживании связей в сфере обмена энергоресурсами. Переговоры достигли конкретных результатов, и с 2017 года разрабатывается план по дальнейшей работе. Для обеих сторон положительное решение о сотрудничестве имеет выгоду. Украина получит возможность обрести союзника для получения недорогих энергоресурсов, способного оказать также помощь по финансированию и кредитованию. Белоруссия благодаря партнерству обретает возможность

развить и приумножить собственные ресурсы, при этом отказавшись от закупок заграничных.

Республика Беларусь и Украина имеют значительный опыт сотрудничества в энергетической сфере. При этом потенциал отношений государств в этой области реализован далеко не в полном объеме и есть возможности для расширения и углубления сотрудничества, включая реализацию совместных проектов с привлечением иностранных инвестиций.

4. Сотрудничество в области вооружения

Сотрудничество в военно-технической сфере – перспективное направление развития украинско-белорусских отношений. Республика Беларусь, в свою очередь, получает возможность задействовать оставшуюся со времен СССР развитую систему предприятий военно-промышленного комплекса.

За несколько последних лет страны реализовали ряд совместных военно-технических проектов, в том числе с выходом на мировые рынки вооружений: ракетные комплексы «Скиф», «Шершень» и «Каракал», комплекс ПВО «Стилет», выпуск в Беларуси вертолета Ми-8МСБ. Специально под этот проект официальный Минск даже продал украинской компании «Мотор Сич» свое ОАО «Оршанский авиаремонтный завод».

В 2014-м Беларусь оказала Украине услуг по ремонту военной техники в 2,4 раза больше, чем в 2013 году. Сумма контрактов — \$11 млн. На белорусском 558-м авиаремонтном заводе в Барановичах ремонтируются и восстанавливаются украинские военные самолеты. Там же модернизируется система управления огнем и обнаружения целей. Также в 2014 году украинский рынок открылся для белорусской техники двойного назначения. Прежде всего грузовиков «МАЗ» и тягачей МЗКТ. В этом же году украинских специалистов с военных заводов приглашали переезжать в Беларусь прямо с семьями.

В 2015 году Белоруссия поставила в Украину двигателей и ремонтных комплектов для легкобронированной техники (БТР, БМП) как минимум на \$2 млн. Также Украина получила от Минска аккумуляторных батарей для танков и БМП на \$2,19 млн. Помимо этого, Республика Беларусь активно поставляет на Украину, в основном для нужд ВСУ и национальной гвардии, оптику для стрелкового оружия: монокуляры и тепловизоры, коллиматорные и другие прицелы, дальномеры и устройства прицеливания для техники. Также существует ряд контрактов на поставку устройств на жидких кристаллах (мониторы, экраны прицельных устройств в БТР-4 и т.д.) [4].

Заключение. В настоящее время сотрудничество Республики Беларусь и Украины характеризуется положительной динамикой, которая, в том числе, определяется такими достижениями, как наращивание объемов взаимной торговли, усиленная кооперация между предприятиями, расширение гуманитарных связей и региональных контактов. Перспективы двустороннего сотрудничества стран сформированы в области сельскохозяйственного машиностроения, транспорта, фармацевтики, энергетики, ряду других направлений работы. Украина рассматривает торгово-экономическое сотрудничество с Беларусью как приоритетное. Для Украины Беларусь является стратегическим торговым партнером – пятым в мире. В этом году товарооборот достиг 4,6 млрд. долларов США. Однако страны поставили целью в 2019 году увеличить данный показатель вдвое.

Список литературы

1. Беларусь-Украина: горизонты сотрудничества препятствиями // Издательский дом "Внешняя торговля". – Режим доступа: <http://beltrade.by/object/98/>. – Дата доступа: 19.01.2019.
2. Лавникевич Д. Беларусь-Украина. Торговый бег с препятствиями // 2018. https://lb.ua/economics/2018/08/02/404196_belarusukraina_torgoviy_beg.html.
3. О состоянии торгово-экономического сотрудничества Украины с Республикой Беларусь за 9 месяцев 2018 // 2019. <https://belarus.mfa.gov.ua/ru/ukraine-by/trade#>.
4. Торгово-экономические отношения Республики Беларусь и Украины // 2018. http://ukraine.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/trade_economic/.

ДОВЕРИЕ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ
TRUST AS AN EFFECTIVE MANAGEMENT FACTOR

Антоненко Ирина Викторовна
Antonenko Irina Victorovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: ivantonenko@mail.ru)

Аннотация: Доверие рассмотрено как важнейший фактор управления. Представлены две основные стратегии управления. В принятии управленческих решений субъект управления тяготеет к одной из них. Первая основана на доверии к аналитическим процедурам. Вторая – на доверии к собственной интуиции. Каждая имеет свои преимущества и недостатки. Первая эффективна для стандартных условий, вторая – для сложных, неоднозначных, нестандартных. Показана роль доверия в обеих стратегиях.

Abstract: Trust is considered as the most important management factor. Two main management strategies are presented. In making management decisions, the subject of management is tended to one of them. The first is based on trust to analytical procedures. The second is based on trust to one's own intuition. Each has its own advantages and disadvantages. The first is effective for standard conditions, the second - for complex, ambiguous, non-standard. The role of trust in both strategies is shown.

Ключевые слова: доверие, управление, субъект управления, эффективность.

Keywords: trust, management, subject of management, efficiency.

Доверие, являясь существенным моментом общения вообще, делового, в частности, выступает как управляющий фактор, обеспечивая эффективное взаимодействие, если оно предпослано коммуникативному процессу, и затрудняя или разрушая возможности сотрудничества в случае, если предпосылкой выступает недоверие (или недостаток доверия) одной или обеих сторон. Процессы управления в обществе характеризуются многофакторными системными параметрами и опираются как на объективные социальные условия, так и на субъективные предпосылки. Само общество, относящееся к очень сложным системам, не имеет ни одной научной модели, которая бы достаточно адекватно представила всю совокупность многообразных динамичных связей и взаимодействий во всей полноте социальных подсистем и многомерных корреляций. Как следствие, практика социального управления лишь частично учитывает теоретические модели управления и в значительной степени опирается на опыт и интуицию конкретных руководителей. Но и этот важнейший субъективный потенциал управления может быть эффективно реализован только в определенных социальных условиях.

В силу невозможности в каждом случае принятия решения производить подробный и относительно достаточный сбор необходимых данных и их анализ, зачастую на первый план выходит отношение доверия или недоверия к тем или иным обстоятельствам ситуации или конкретным ее участникам, что и обуславливает конкретные решения. По сути и по мнению многих исследователей, общество функционирует как система многоуровневого доверия [1-3; 10; 11]. Если бы в социуме не был бы достигнут определенный уровень доверия, общество не смогло бы существовать вообще. Этот факт превращает явление доверия из относительно ординарного в ряду других социально-психологических феноменов в важнейший фактор социальной жизни, имеющий не только психологическое содержание субъективного характера, но и существенное экономическое, социальное, управленческое и иное наполнение. А на теоретическом уровне осмысления возводит понятие доверия в ранг

категории, отражающей важнейший социальный атрибут, в который как в фокус сводится специфика социального функционирования и управления.

Как известно, в структуре социальной организации выделяют ее формальную и неформальную подсистемы. Каждая из них имеет свои закономерности существования и развития. Если не рассматривать другие аспекты организационного функционирования, то реальную организацию можно рассматривать как единство и баланс формальной и неформальной организаций, через противоречивое взаимодействие которых детерминируется ее онтологический статус. Формальные и неформальные моменты жизнедеятельности организации формируют некое системное синкретическое качество, конституируемое как психологическая атмосфера, в одном отношении, или организационная культура, в другом, но также выражаемое как уровень взаимного доверия, сложившийся в организации, в третьем. При этом доверие в организации выступает как важнейшее системное свойство социального организма, всегда явно выраженное определенным значением по шкале «доверие–недоверие» в любом действии организации (внутри нее и вне) и данное как ее постоянная характеристика.

Доверие как проявленное отношение к другому (партнеру, подчиненному, организации) выступает действенным фактором управления ситуацией: доверие обязывает [4]. Если человек (группа, организация) доверяют конкретному субъекту, то это заставляет его приложить максимум усилий, чтобы оправдать проявленное к нему доверие. В этом смысле доверие активизирует процесс деловой коммуникации, значительно повышая уровень ответственности сторон, делая выполнение обязательств не только рабочим или формальным, но и личностно значимым. Таким образом, доверие имеет существенный управленческий потенциал в качестве конкретного практического приема управленческой деятельности. Социальное управление, основанное на взаимном доверии сторон гораздо более действенно, чем управление, преодолевающее преграду недоверчивого отношения к субъекту управления [5; 6]. И соответственно, анализ этого важнейшего социально-психологического параметра становится насущно необходимым в исследовании субъект-субъектных отношений в деловом мире.

Социальное управление осуществляется на разных уровнях общественной системы от самых низших до глобальных. Везде оно связано с изучением ситуации, оценкой ее основных параметров, принятием решения и его реализацией. При этом является обычным отсутствие полноты картины, недостаток важных звеньев информации, существование альтернативных вариантов решения (каждый со своими плюсами и минусами) и тот или иной риск принятого и осуществляемого управленческого решения. В связи с этим обнаруживаются две основные стратегии в принятии решений, каждая свойственная определенному социально-психологическому типу. На эмпирическом уровне эти стратегии могут быть выражены не всегда явно, а обнаруживаются, скорее, как тенденции, всякий раз детерминируемые рядом факторов, и лишь в рафинированных лабораторных условиях проявляемые совершенно отчетливо. Каждая из них может быть вполне успешна и эффективна. На теоретическом уровне рассмотрения социально-психологического содержания управления эти стратегии могут быть выявлены в процессе абстрагирования и идеализации и исследованы в отношении своих основных характеристик.

Первая стратегия заключается в максимально возможно полном сборе существенной информации, ее анализе, проработке и моделировании вероятных версий развития ситуации, предложении нескольких вариантов управления, взвешивании их положительных и отрицательных моментов по заданным критериям и окончательном принятии решения. При этом подробно и детально прорабатываются стадии осуществления решения, кто в них участвует, элементы взаимодействия и т.п. Это стратегия рационального мышления, основанная на уверенности в том, что можно учесть все основные действующие факторы и вычислить наиболее эффективный способ управления простым перебором вариантов. Единицами оценки обстоятельств и, соответственно, основаниями принятия решения здесь выступают аналитически выявленные отдельные факторы и их обобщения. Существенным

является однозначность в определении этих факторов и возможность их сравнения по простым критериям. В крайних случаях этой стратегии процедура полностью формализуется.

Вторая стратегия предполагает совершенно иной механизм оценки и принятия решения. Субъект управления здесь также занят изучением всех условий и обстоятельств, но это продолжается до появления внутреннего убеждения, что ситуация ему ясна и понятно какие усилия необходимо предпринять и в каком направлении. Это стратегия интуитивного принятия решений. В этом случае нет необходимости в максимально полном сборе информации, ее тщательном анализе и переборе вариантов. Доверие к своему внутреннему ощущению, общему представлению о ситуации и спонтанному видению решения – составляет основу этой стратегии. Об этом, например, писали К.Роджерс и А.Маслоу [3; 7-9]. Единицами оценки обстоятельств здесь выступают синкретичные смысловые блоки, далее не расчлняемые. В субъективном плане человек просто знает, как надо поступать, что предпринять, чтобы решить проблему. Это общее ощущение подобно тому, как тело «знает» какие действия необходимо совершить, чтобы преодолеть препятствие, сознание не занято анализом всех условий ситуации, тело действует сразу, автоматически, как только это необходимо.

Первая стратегия вполне действенна в стандартных условиях, когда неоднократно решались аналогичные задачи. Она достаточно успешна при ограниченном числе известных факторов. Но вопросы, связанные с большим количеством трудно учитываемых переменных, недостатком информированности, неординарностью ситуаций, для нее составляют проблему. Вторая стратегия может быть успешна во всех случаях, но при условии, что она адекватна личности. Ее механизмы до конца неизвестны. С другой стороны, она может быть подменена произвольным, основанным на случайных субъективных предпочтениях, подходом к решению задач управления. Этот волюнтаризм в конечном итоге не является удачным методом решения проблем. Таким образом, можно говорить либо о реальном применении управленческой стратегии второго типа, либо о ее сознательной или неосознаваемой имитации. Социально-психологическое исследование обеих стратегий показывает, что в первом случае субъект проявляет отношение доверия к рациональным и формализованным процедурам анализа проблем и принятия решений. Только если они соблюдены, он будет испытывать внутреннюю уверенность в правильности решения. Во втором – субъект доверяет интуиции и испытывает скепсис по поводу вычислений, полагая, что реальность не может быть уложена в прокрустово ложе логики, даже многозначной, т.к. реальность в принципе неисчерпаема в своих проявлениях. Тем самым, сторонники разных стратегий в управлении испытывают доверие к принципиально различным способам оценки и принятия решений. И выражают два основных психологических типа в управлении по способу принятия решения.

Если обратиться к социально-психологическому анализу случаев реального применения второй стратегии, то встает вопрос о внутриличностной специфике ее реализации. Здесь представляются существенными два момента. Во-первых, как уже указывалось, это – доверие к самому механизму интуиции. В значительной степени это доверие обусловлено опытом обращения индивида к интуитивным способам оценки обстоятельств и принятия решений. Если этот прием привычен и адекватен личности, а также результативен, то субъект управления вполне доверяет ему и эффективно использует его в управленческой практике. Во-вторых, это вопрос о внутренних, интуитивных критериях принятия того или иного решения, т.е. вопрос об отношении к результатам действия механизма интуиции. В основе этих критериев лежат общие интуитивные ощущения о различных аспектах рассматриваемой ситуации и отношении к ним. Где-то внутри себя личность как бы рассматривает и взвешивает обстоятельства дела, определяется со своим отношением к ним через призму поставленных задач и вырабатывает управленческое действие. Если не вдаваться во всю гамму тонких внутриличностных ощущений, переживаний и отношений, то обобщающим критерием оценки различных условий управленческой проблемы опять будет отношение доверия, а точнее степени

доверия или недоверия к ним. Это отношение доверия-недоверия выражается, по крайней мере, в трех разных моментах. В первую очередь, как степень доверия субъекта управления к той или иной информации, обстоятельствам, участникам. Затем, как его доверие или недоверие к тем или иным возможным управленческим решениям, как оценка их удачности или неудачности. В третьих, как понимание уровня доверия, который проявляют к субъекту управления прочие стороны – участники процесса.

Управленческий процесс, конечно, может быть проанализирован в различных отношениях, на основе обобщения многих его составляющих элементов. Но в практическом плане всегда важен ведущий принцип, который обуславливает принятие решений на всех этапах процесса управления. Для обеих стратегий, это, во-первых, доверие к привычным способам изучения управленческой проблемы, принятия решения и осуществления процесса управления. Во-вторых, это доверие к выводам, которые являются результатом применения указанных привычных способов. Кроме того, для второй стратегии существенно, что сама оценка управленческой ситуации, ее сторон и участников, вариантов управления и всего процесса управления осуществляется на основе доверия-недоверия как определяющего критерия. Если имеет место субъективное доверие к способам и результатам оценки ситуации и принятия решения, то присутствует субъективная уверенность в правильности представления обо всех обстоятельствах дела и адекватности системы управленческих воздействий. Если есть эта уверенность, то она составляет существенную часть успеха в управлении, т.к. сомнение разрушает все элементы управления. Доверие и уверенность в этом смысле имеют один и тот же психологический источник и выражают две грани одного явления.

Доверие к определенным способам оценки ситуации имеет свою онтогенетическую предысторию. Ряд исследователей (В.П.Зинченко, Э.Гидденс, А.Маслоу, К.Роджерс, Э.Эрикссон [3; 8; 9; 11]) называют основополагающее доверие, которое определяет все иные аспекты взаимодействия индивида и социума, базовым, или онтологическим. Оно формируется в раннем детстве и характеризует базовые установки личности в ее отношении к социальной реальности. На основе доверия-недоверия к окружающей действительности конституируется доверие-недоверие к механизмам оценки действительности. При этом недоверие к обществу может коррелировать как с недоверием, так и с доверием к собственным способам оценки социальной реальности в соответствии с правилом подтверждения предположения о сущности социального факта. Доверие к обществу обычно напрямую предопределяет доверие к адекватности его восприятия. Поскольку управление является системным свойством общества и проявлено на всех уровнях его существования, всегда могут быть обнаружены конкретные индивиды, являющиеся субъектами управления, которые проявляют ту или иную степень доверия-недоверия к обществу и доверия к собственным способам восприятия и оценки социального пространства. Соответственно, основные социально-психологические стратегии принятия управленческих решений модифицируются в согласии с базовым доверием-недоверием к обществу, и мы имеем два подтипа каждой стратегии. Эта дополнительная субъективная нагрузка смещает каждый параметр управленческой стратегии либо в сторону большей осторожности и закрытости, либо большей доверительности и открытости. И хотя объективная оценка эффективности этих смещений затруднительна, понятно, что в субъективном плане именно они порождают уверенность в правильности построения стратегии управления и всех его элементов.

Таким образом, доверие (точнее, степень доверия) является наиболее общей системной социально-психологической характеристикой состояния субъекта управления на всех этапах изучения управленческой ситуации, оценки ее составных элементов и их значения, принятия управленческого решения и его осуществления. Взаимное доверие сторон корректирует весь процесс управления и обуславливает принятие тех или иных решений, а также обуславливает действенность всех управленческих процедур. Чем выше степень взаимного доверия в организации, тем ниже различные издержки и выше эффективность ее функционирования в целом.

Список литературы

1. Антоненко И.В. Социальные контексты доверия // Вестник университета (Государственный университет управления). 2002. №2. С.12-20.
2. Антоненко И.В. Доверие и конформность // Вестник университета (Государственный университет управления). 2006. №1. С.4-9.
3. Антоненко И.В. Доверие: понятие, генезис, структура // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. 2015. № 2. С.34-44.
4. Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Психологические типы подчиненных // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Междунар. научно-практ. конф. В 8 ч. Ч. 7 / под ред. В.С.Белгородского и др. М.: МГУДТ, 2016. С.39-47.
5. Карицкий И.Н. Понятие психологической практики // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2012. №1. С.138-143.
6. Карицкий И.Н. Субъектная структура управления // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2015): сборник мат-лов междунар. научно-техн. конф. М.: МГУДТ, 2015. С.257-260.
7. Карицкий И.Н. Воспитание в эпоху тотального господства СМИ // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность. Сб. статей междунар. научно-практ. конф.: в 8 частях. Ч.6. / под ред. В.С.Белгородского и др. М.: МГУДТ, 2016. С.59-67.
8. Маслоу А. Г. Мотивация и личность. СПб.: Питер, 2016.
9. Роджерс К.Р. Становление личности. Взгляд на психотерапию. М.: Институт общегуманитарных исследований, 2016.
10. Скрипкина Т.П., Крищенко Е.П. Доверие как фактор развития субъектности в онтогенезе. Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2010.
11. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996.

УДК 159.92

РОЛЬ СТРАТЕГИЙ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ В ДИСТАНТНОМ ОБРАЗОВАНИИ ROLE OF STRATEGY OF PERCEPTION OF INFORMATION IN DISTANTNY EDUCATION

Артемцева Наталия Георгиевна^{*,**}
Artemtseva Nataliya G.

* ФГБУН Институт психологии РАН,

* Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences

** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва

** The Kosygin State University of Russia, Moscow

(e-mail: artyomtseva@gmail.com)

Аннотация. В данной статье мы предлагаем к рассмотрению некоторые результаты эмпирических исследований, проведенных с целью оптимизации учебного процесса с помощью интернет-технологий. Взаимодействие педагога и студента в процессе интернет-обучения рассматривается как специфический вид общения, опосредованный типологическими особенностями участников этого процесса.

Abstract. In this article some results of the empirical researches conducted for the purpose of optimization of educational process by means of Internet technologies are considered. Interaction of the teacher and student in the course of Internet training is considered as the specific type of communication mediated by typological features of participants of this process.

Ключевые слова: интернет-обучение, типология, психологические типы

Keywords: internet training, typology, psychological types

Развитие и включение информационных технологий в образовательный процесс становится все более и более востребованным в современном мире. Мир интернета становится доминирующей структурой интерактивных способов подачи и восприятия информации в образовательных технологиях. Преподавателям высшей школы хорошо известны проблемы, связанные с организацией учебного процесса, особенно для студентов с ограниченными возможностями: не всегда есть компьютерные классы и программное обеспечение тех или иных дисциплин. Распространение дистантных форм обучения приводит к проблеме менталитета участников всех структур высшей школы. В последнее время в Интернете созданы сайты, посвященные дистанционному обучению студентов различным профессиям. Однако в предлагаемых там программах не учитывается дифференциальный подход к личности преподавателя и студента. Персонализация образования своей конечной целью полагает, что каждый студент должен состояться как личность в стенах вуза всеми возможными путями и способами. В этом смысле процесс обучения должен давать возможность будущему специалисту простроить свою индивидуальную стратегию и траекторию образования с учетом способностей и мотивационно-ценностной и познавательной сферы личности. Особую роль в этом случае играют соответствующие технологии организации и реализации образовательного процесса в вузе. Именно интернет-технологии могут предоставить самые широкие возможности создания обучающих программ, где учитывались бы индивидуальные различия учащихся: и скорость восприятия материала, и стиль мышления, и мотивация, и эффективность предпочитаемых стратегий усвоения учебного материала.

Как известно, структура интеллектуальных систем обучения содержит общие и специальные знания трех классов: о предметной области; о стратегии обучения; об учащемся. В интеллектуальных системах обучения эти знания представлены в соответствующих базах знаний с помощью различных методов и средств. При этом выстраивается определенная модель обучающегося, в которой выделяются три компонента, каждый из которых включает процедурную и декларативную составляющую: 1) база знаний обучающегося; 2) диагностика его знаний и выполняемых заданий; 3) алгоритм формирования новых заданий. Модель обучающегося постоянно обновляется в ходе обучения в соответствии с изменениями отражаемых ею характеристик обучаемого [3;4]. А модель восприятия остается неизменной. Предложенная нами [1] гипотеза о модели механизма восприятия предполагает, что в качестве средства, позволяющего более точно распознавать внешние проявления человека, используется так называемый механизм «присканирования» (приглядывания, прислушивания и т.д.), детерминированный определенными установками. Каждый акт восприятия состоит из нескольких уровней получения и обработки информации. Уровни состоят из пассивной и активной стадий: активная – запрос информации, пассивная – просто поступление информации в виде энергетических потоков. На самом начальном уровне происходит получение первичной информации. Полученный объем информации обусловлен здесь физиологическими возможностями, состоянием анализаторов воспринимающего и его безусловными рефлексам. Эти процессы хорошо известны и исследованы психофизиками и физиологами (Вундт, Гельмгольц, Эббингауз, Найссер и др.).

Переход на второй уровень является реализацией новой установки и активной потребности в более точной информации. На этом уровне осуществляется другая цель акта восприятия – понять природу объекта восприятия (напр., что это? - человек, камень, птица...), отнести его к какому-то классу (напр., общие характеристики человека – раса, пол, возраст, и т.д.). Здесь происходит сличение с эталонами по шкалам «знакомое-незнакомое», «угроза-защита» и воспринимаются основные эмоции человеческого лица.

Если воспринимаемый объект не несет угрозы для жизни, если сличение с эталонами показывает, что стоит рассматривать дальше, внимательней и пристальней, появляется новая цель, новая установка, необходимость уточнить что-то, точно обозначить фокус внимания. Эта активность порождает третий уровень «вычерпывания» информации с целью

возможных контактов в дальнейшем. Характер обработки информации типологически обусловлен, например, рациональный тип будет иначе обрабатывать информацию, чем иррациональный. Здесь важен фокус и количество эталонов, накопленный опыт, принципиально иная база данных. Собственно активная фаза в механизме восприятия включается именно на этом этапе. Человек рождается с какой-то предрасположенностью (доминирующей рациональной или иррациональной функцией). Накапливая опыт, складывая эталоны с самого начала рациональные типы и иррациональные организуют этот опыт по-разному. Здесь уже как-то проявляется и *индивидуальные* свойства.

Уровней может быть много. Столько, сколько требуется для получения индивидуально-личностной информации. На этот уровень может быть несколько заходов, уточнений, либо уровень за уровнем, потом этот образ может уйти из осознанности в данный момент бытия, но он есть где-то в сознании и субъект не работает с этим образом конкретно сейчас. На каком-то этапе этот образ уходит в эталоны, сохраняется (на типологическом уровне). Каждому уровню соответствуют свои эталоны, часто полученные в ходе сравнения себя с другими. Само восприятие перестает работать, а образ, порожденный восприятием, остается где-то в базе данных, как основной. Субъект работает с мысленным образом. Более того, этот мысленный образ часто здесь уже трансформируется и оказывается, что субъект часто работает с другой искаженной картинкой, исходя из своих эталонов.

Например, для подтверждения гипотезы, что отношение к организации учебного процесса у студентов рациональных и иррациональных типов отличается, было проведено эмпирическое исследование, в результате которого были получены наиболее употребляемые для рационалов и иррационалов ожидания от стиля преподавателя [2].

Для студентов с рациональным типом восприятия информации очень важным оказывается структурность и четкость излагаемой темы. Много примеров отвлекают от основной темы. Для контроля им предпочтительней тестирование. Они считают, что преподаватель и студент должны в первую очередь выполнять свои обязанности: преподавать и воспринимать. Никаких других отношений быть не может, только уважение и понимание.

У студентов с иррациональными стратегиями восприятия информации выявляется другая тенденция - для них предпочтительнее, когда материал преподносится в более легкой форме, с примерами из жизни, с юмором. Для них также важен эмоциональный настрой преподавателя, для лучшего усвоения и восприятия нового материала им важно также возможность расслабиться и вступить с преподавателем в дружеские отношения, так как только при таком условии они чувствуют себя более свободно в усвоении и воспроизведении учебного материала.

Если типические стратегии восприятия новой информации учащегося не совпадают с предлагаемым типом подачи материала преподавателем, учащийся сталкивается с некоторыми трудностями. Принципиальным моментом является положение о совпадении типа личности преподавателя и типов личности студентов. Любые обучающие материалы (программы, учебники, учебные пособия и т.п.) создаются преподавателями. Естественно, что и программы, и учебники, и учебные пособия, и контрольные задания для самостоятельной работы в любой области знания будут составлены в соответствии с типами личности их авторов.

Анализ педагогических стратегий, используемых преподавателями различных психотипов, показывает, что они могут обучать учащихся с психотипами, отличающимися от их собственных при использовании уже созданных обучающих программ и систем, которые разработаны преподавателями соответствующих типов. Использование интернет-технологий в процессе подстройки стилей учения и обучения делает дифференцированный подход в обучении вполне обоснованным:

– Экономия ресурсов – времени, средств, помещения, оборудования и т.д.

– Возможность изучать материал наиболее приемлемым для учащихся способом и в самое удобное для них время.

- Возможность выбора языка, на котором будет проходить обучение.
- Доступ образования из любой точки страны и даже мира.
- Свободное общение через средства Интернета дает быструю обратную связь и возможность задавать вопросы.
- Возможность несколько раз возвращаться к уже пройденному материалу, не отвлекая на это других студентов и преподавателя.

Безусловно, такой вид обучения имеет большие перспективы, и вместе с дальнейшим распространением интернета совершенствуются и обучающие интернет-программы. Материал в такой программе может излагаться в различном виде: это и тексты, содержащие новую информацию, и диалоги видных ученых об изучаемых проблемах, и визуальные образы и даже учебные фильмы. Проверку усвоения предложенного учебного материала можно осуществить в виде вопросов теста или в виде практических упражнений, выполняемых в режиме «онлайн». Обязательным условием проведения занятий является выход в интернет в определенный день и в определенное время (соответственно расписанию занятий). У студентов, не имеющих доступа к скоростному интернету, может быть возможность доступа к интернету из учебных компьютерных аудиторий.

Выводы

Можно наметить следующие пути обучения учащихся в соответствии с их типами:

1. Очень важно создавать разные учебники, пособия, контрольные задания по каждому предмету, ориентированные на разные типы личности учащихся.
2. Студенты и преподаватели должны учиться работать с разнообразными учебными материалами, предназначенными для обучения учащихся разных типов, независимо от их собственно типа личности и стиля обучения.
3. Решение традиционной задачи современной практики обучения - формирования умения учиться - также можно сделать более успешным, используя знания о типах личности и стилях обучения-учения.

Как показывает практика, современный студент хочет не только получить диплом, но знать и уметь. Он легко осваивает компьютерные технологии в обучении, при этом качество усвоения материала возрастает в связи с усилением объективной оценки полученных знаний и умений и ухода от пристрастной позиции преподавателя.

Исследования выполнены в соответствии с госзаданием ФАНО № 0159-2019-0010.

Список литературы

1. *Артемова Н.Г.* Общее, типологическое, индивидуальное в визуальной диагностике: учебное пособие. М.: Московский гуманитарный ун-т, 2008.
2. *Артемова Н.Г.* Особенности восприятия информации в интернет-образовании // Современные проблемы психологии и образования: в контексте работы с различными категориями детей и молодежи / Гл. ред. Р. Е.Барабанов – М.: МИТУ-МАСИ. 2018. С.338-346
3. *Артемова Н.Г., Ильясов И.И., Нагибина Н. Л. и др.* Познание и личность: Типологический подход / Науч. ред. И.И.Ильясов. - М.: Книга и бизнес, 2004.
4. *Нагибина Н. Л.* Интернет-технологии в дифференцированном подходе к обучению // Высшее образование для XXI века: III Международная научная конференция: доклады и материалы. Вып. 1. Под общ. ред. И. М. Ильинского. — М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2006. С.315-317.

**О ГАРМОНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ И ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ
ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ**
**ABOUT HARMONIZATION OF INDUSTRIAL AND TRADE POLICY OF THE
ENTERPRISE TAKING INTO ACCOUNT ENSURING ECONOMIC SECURITY**

Бармашов Константин Сергеевич
Barmashov Konstantin Sergeyevich

АО «Фаберлик», Россия, Москва
SC «Faberlic», Russia, Moscow
(e-mail: k.barmashov@ru.faberlic.com)

Аннотация: На основе анализа понятия гармонии в экономических отношениях уточнено понятие гармонизации промышленной и торговой политик предприятия с учетом обеспечения экономической безопасности. Гармонизация промышленной и торговой политик предприятия – это, с одной стороны стратегический план производства и продаж, а с другой стороны, рабочий инструмент для достижения стратегического плана.

Abstract: The concept of harmonization of industrial and trade policies of the enterprise taking into account ensuring economic security is specified on the basis of the analysis of a concept of harmony of the economic relations. Harmonization of industrial and trade policies of the enterprise is, on the one hand, a strategic plan of production and sales, and on the other hand, a working tool for achievement of the strategic plan.

Ключевые слова: гармонизация, предприятие, промышленная политика, торговая политика, экономическая безопасность

Keywords: harmonization, enterprise, industrial policy, trade policy, economic security.

Понятие гармонии не так часто используется в экономических исследованиях. В «Толковом словаре» В. Даля гармония рассматривается как созвучие, соответствие, равновесие, соразмерность, равнозвучие, равномерность, взаимность соотношений, согласность, согласие, благодостройность, стройность; соразмерные отношения частей целого; правильные отношения современных или одновременных звуков, аккорды; наука о возможных созвучиях. Однако в публикациях в слабой степени исследованы вопросы оценки гармонизации функционирования социально-экономических систем. Этой проблеме посвящена предлагаемая статья, в которой рассмотрены вопросы определения понятия гармонизации в экономике, которые конкретизированы на примере гармонизации промышленной и торговой политики промышленного предприятия.

Вопросы гармонии в экономике или гармонии в экономических отношениях стали рассматриваться с середины XIX века и первым трудом в данной сфере была работа «Экономические гармонии» Ф.Бастиа [1]. Ключевая мысль Ф. Бастиа связана с тем фактом, что возможности участников экономических отношений в значительной степени превосходят их нужды (так называемый эффект синергии), в силу этого экономические отношения в полной мере свободны от существующих антагонистических противоречий во внешней и внутренней средах деятельности участников экономических отношений. Участник экономических отношений может быть неэффективным, но в полной мере быть не гармоничным данный участник не может, поскольку это приведет к нерациональному использованию его возможностей. Фактически, именно Ф. Бастиа были заложены основные положения теории гармонизации экономических отношений.

В современной науке начала XXI века в России и за рубежом закон пропорционального и планомерного развития экономики был трансформирован в закон

пропорциональности и композиции (закон гармонии) при одновременных больших потерях для развития самой теории гармонии. При этом в теории гармонии появилась точка бифуркации, а именно из «гармонии по отношению к устройствам» была сформирована концепция обеспечения гармоничного производства[2]; а из «гармонии осуществления действий», «духовной гармонии» была сформирована концепция по осуществлению гармонизации социальных и экономических отношений [3]. Важно учитывать, что в настоящее время нет общепризнанной и целостной теории гармонизации. Примеров реализации закона гармонизации великое множество и для экономической теории, и для теории менеджмента (управления). Сюда, например, следует отнести тот факт, что в рамках экономической теории происходит становление теории коэволюции национального и глобального, теории конвергенции социализма и капитализма, теории обеспечения рыночного равновесия между спросом и предложением, менеджерального подхода в микроэкономике, который гармонизирует менеджмент и микроэкономику.

С учетом выше представленных определений, наша трактовка понятия гармонии в экономических отношениях связана с установлением идеального динамического и/или статичного состояния социально –экономической системы, которое характеризуется пропорциональностью процессов на этапах воспроизводственного цикла (производство, распределение, обмен, потребление), а также упорядоченностью данных процессов, выбранной рациональной моделью специализации системы, максимальной согласованностью и сбалансированностью этих процессов, их соответствием требованиям внешней среды и друг другу по критерию единства социальной, экономической и экологической составляющих деятельности, выраженных соответствующими целевыми установками (системой ключевых показателей) по использованию интеллектуальных и материальных ресурсов системы. Ниже рассмотрим гармонизации промышленной и торговой политики промышленного предприятия.

Фактически, понятие «гармонии в экономике» - субъективное и идеализированное. При этом, в современных социально-экономических условиях, стремление быть гармоничным, совершенствоваться (повышать свою эффективность) свойственно естественным образом каждому участнику экономических отношений. Поэтому гармонизация промышленной и торговой политики предприятия как объективный, динамичный и реалистичный процесс. С позиций социально-экономических отношений процесс гармонизации более важен чем нахождение гармонии. Но, при этом, гармония важна, как эталон, идеал, к которому следует стремиться участнику экономических отношений. Если отсутствует идеал, цель, то участник экономических отношений со значительной вероятностью впадет в так называемое состояние анергии (отсутствие желания и перспектив развиваться на предприятии).

Сегодня большое число научных публикаций посвящены исследованию «эффективности», «результативности», «качества» мероприятий промышленной и торговой политики предприятия. «Гармонизация» упоминается как следствие обеспечения эффективности производственной и торговой деятельности. На самом же деле, очень часто, гармонизация предприятия, его действий, системы интересов обеспечивает расширение условий для совместимости элементов, всей системы развития производственной и торговой деятельности предприятия в целом. При этом гармонизация будет первичной в отношении «качества», «результативности» и «эффективности» мероприятий промышленной и торговой политики предприятия.

В отношении к целям промышленной и торговой политики гармонизация будет проявлять себя посредством постановки и согласования приоритетов, к качеству и свойствам производственных и торговых процессов как важное и необходимое условие их согласования, а к самим производственным и торговым процессам как мера, как критериальная база (например, степень автономности и зависимости производственных и торговых процессов). Фактически, результатом гармонизации свойств производственных и торговых процессов будет выступать качество, гармонизации самих производственных и

торговых процессов – эффективность, гармонизации целей промышленной и торговой политики – результативность производства и продаж продукции предприятия.

Таким образом, по своему содержанию и сути гармонизация промышленной и торговой политик предприятия – это, с одной стороны стратегический план производства и продаж, а с другой стороны, рабочий инструмент для достижения стратегического плана, который имеет количественную реальную меру и жесткую логику, которые проявляются в соответствующих моделях построения гармоничных отношений между производством и продажами на предприятии.

Список литературы

1. *Бастиа Ф.* Экономические гармонии.- Пер. с фр. -М.: Эксмо, 2007. -1196 с.
2. *Клевин А.И. , Мусеев Н.К.* Организация гармоничного производства (теория и практика). - М.: Омега-Л, 2003. -357 с.
3. *Муратов А.С.* Введение в теорию гармонизации. -Новосибирск: Наука, 2008. -91 с.

УДК 331.108

СОВЕТСКИЙ ПРОЕКТ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ: ПОЛЬЗА НАШЕМУ ВРЕМЕНИ SOVIET PROJECT OF PERSONNEL POLICY: BENEFIT FOR OUR TIME

**Бобков Владимир Андреевич
Bobkov Vladimir Andreevich**

*Белорусский национальный технический университет, Минск
Belarusian National Technical University, Minsk
(e-mail: 375kpss@gmail.com)*

Аннотация: Цель статьи – раскрыть богатейший исторический опыт работы с руководящими кадрами в Беларуси в советский и постсоветский периоды и тем самым привлечь к вопросу внимание государственных органов и субъектов хозяйствования. Творческое использование исторического опыта может оказать большую помощь в осмыслении кадровой политики и формировании ее современного образа: новое вырастает из старого.

Abstract: There is a large ongoing scientific and public discussion in Belarus about the ways of future development of the country. It focuses on industry, agriculture, economy as whole, innovations... Yet it is strange enough that we forget about the human factor as the main driver of history – in this context, the personnel and the personnel policy. Creative use of historical experience can be very helpful for comprehension of personnel policy and shaping its contemporary image, as all innovations have their roots in the past.

Ключевые слова: исторический опыт, кадры, кадровый потенциал, передовой опыт, научно-практические конференции, наставничество, практические семинары.

Keywords: historical experience, personnel policy, staff, personnel potential, personnel work, advanced experience, scientific practical conferences, mentoring, practical seminars.

Прежде всего, о сущности и содержании советской (государственной) кадровой политики. И в советское время, и сегодня в белорусской и российской научной мысли понимается, что государственная кадровая политика включает в себя ряд принципиальных установок, научно выверенных и обоснованных подходов, главных направлений по претворению в жизнь той стратегической линии, которую политическая власть проводит на

конкретном историческом этапе. Основное содержание работы с кадрами включает в себя такие структурные части, как подбор, расстановка, обучение, воспитание. Таким образом, можно сказать, что государственная кадровая политика – это политика государственной власти в области работы с кадрами, направленная на успешное решение намеченных тактических и стратегических задач общества.

Основные элементы содержания и сущности кадровой политики сформулированы В.И. Лениным в целом ряде работ, особенно советского периода истории. Широко известны ленинские требования деловитости, профессионализма, ответственности, научности, гласности, чувства нового, прогрессивного у выдвиженца на руководящую должность, коллективной выработки решений. Владимир Ильич никогда не допускал и мысли о том, что любого человека можно выдвигать на руководящий пост, если он не имеет опыта работы с людьми, хотя он и специалист в отрасли. «Комитет, - учил Ленин, – должен стараться возможно полнее проводить разделение труда, памятуя, что для разных сторон революционной работы нужны разные способности, что иногда человек, совершенно негодный в организаторы, будет незаменимым агитатором, или ... будет превосходным пропагандистом и т.п.» [1]. Чуть позднее Ленин озабоченно пишет: «Нам нужен громадный концерт; нам нужно выработать себе опыт, чтобы правильно распределить в нем роли, чтобы одному дать сентиментальную скрипку, другому свирепый контрабас, третьему вручить дирижерскую палочку» [2].

При выдвижении человека В.И. Ленин неизменно связывал его будущие успехи или неудачи в работе с психологическими особенностями (чертами характера, свойствами темперамента, умом, силой воли, диапазоном интересов и др.) и педагогическими способностями. Ленинские подходы к практическому осуществлению кадровой политики по известным причинам более целеустремленно проводились в жизнь после смерти И.В. Сталина. Реформатор экономической системы советского общества Алексей Николаевич Косыгин на пленуме ЦК КПСС 27 сентября 1965 года в докладе "Об улучшении управления промышленностью, совершенствовании планирования и усилении экономического стимулирования промышленного производства" выдвинул следующие требования к кадрам: «Требования к нашим производственно-хозяйственным кадрам серьезно возрастают. Эти требования выдвигаются самой жизнью. Инициатива, основанная на знании дела, оперативность, деловитость, чувство нового, умение использовать в каждой конкретной обстановке с максимальной эффективностью производственные ресурсы – в этом суть новых требований» [3]. В данном докладе и других выступлениях Косыгина красной нитью проходит необходимость научной организации труда и опоры на науку. Как видим, он во многом перекликается с ленинскими требованиями к кадровой политике.

Понятно, в небольшом докладе нет возможности проанализировать всю многогранность кадровой политики на всех этапах нашей прошлой истории. Учитывая это, мы возьмем наиболее знаковые формы и методы кадровой работы, которые нашли свое воплощение в реальной практике на территории всего Советского Союза в шестидесятые-восьмидесятые годы, вплоть до развала великой страны. На наш взгляд, самую большую пользу современная кадровая политика и в Беларуси, и в России может извлечь из советской практики подбора, обучения и воспитания кадров. Эти формы и методы работы были настолько привлекательными и успешными, что их стали копировать во многих странах Запада, а наставничество попросту позаимствовали у нас и назвали «коучингом». За постсоветские годы мы это подзабыли, выросло новое поколение, и сегодня некоторые авторы в работах по кадровой политике обращают внимание на полезность заимствования за рубежом такой формы работы с кадрами, как наставничество. Не надо дарить наставничество никому, это кровно наша форма работы, используемая на территории всего бывшего Советского Союза.

Что касается подбора руководящих кадров, формирования резерва, то очень серьезное внимание уделялось разумному сочетанию опытных, возрастных руководителей и молодых, обретающих опыт, мужской и женской прослойки. Представляется, что в этом отношении

можно подвергнуть критическому анализу современную белорусскую и российскую практику как чрезмерный крен на механическое омоложение кадров. Мы видим, как на крупные руководящие посты нередко выдвигается «зеленая молодежь», не прошедшая серьезной подготовки для того, чтобы выходить на первые роли. Это вызывает и у их подчиненных, и у широкой общественности естественные опасения за деловые качества таких руководителей и результативность их работы. В Беларуси такие руководители часто оказываются за решеткой по причине коррупции, а в лучшем случае «с треском» освобожденными от должности.

Понятно, это не значит в массовом порядке держать людей преклонного возраста на ответственных должностях благодаря их большому управленческому и жизненному опыту. Но следует понимать, что у одного человека здоровье сдает в 50-60 лет, а другой и в 70-80 лет еще как огурчик. Поэтому в кадровой, как и в идеологической работе, должен соблюдаться **сугубо индивидуальный подход**. В таком случае возрастной ценз не сможет стать непреодолимой преградой для занятия руководящей должности.

Автор данной статьи предпринял попытку ранжировать основные качества руководителя, на которые сегодня обращается внимание при выдвижении кадров в Беларуси и качества, необходимые для успешной работы руководителя (см. таблицу 1).

Таблица 1. Ранжирование основных качеств руководителя:

а) <u>Качества, по которым ведется подбор кадров:</u>	б) <u>Качества, необходимые для успешной работы руководителя:</u>
возраст знания профессионализм морально-политическая зрелость деловитость + умение работать с людьми опыт чувство нового, опора на науку.	опыт профессионализм знания деловитость + умение работать с людьми чувство нового, опора на науку морально-политическая зрелость возраст

Таблица разработана автором.

Таким образом, если при подборе кадров делается основной упор на молодой возраст (1), то в работе, особенно масштабной, он оказывается на последнем месте (7).

Весомое теоретическое подкрепление нашему мнению представляют выводы известного ученого – директора НИИ нейрохирургии им. Бурденко, академика Российской академии наук, вице-президента Всемирной федерации нейрохирургических обществ Александра Александровича Потапова: «Стареющий мозг, – отмечает он, – сейчас активно изучают нейробиологи, неврологи, цитологи. Уже сейчас ясно, что мозг лучше сохраняется, если им активно пользуются. Исследования показывают, что у людей умственного труда мозг более тренирован, адаптивен, пластичен. Более того, зрелый мозг способен решать задачи, с которыми не справляется мозг молодых людей, – он аккумулирует огромный объем знаний и поэтому чаще выдает блестящие озарения. Неслучайно на Востоке часто прислушиваются к мнению стариков [4].

Теперь об **обучении руководителей на передовом опыте**. Оно имело 2 развитые формы: коллективную и индивидуальную (наставничество). Примером здесь могут быть такие белорусские руководители, как К.П. Орловский, В.Л. Бедуля, М.Ф. Лавринович и многие другие, которых в лицо знал весь Советский Союз. У каждого из них была своя школа учеников. Каждая такая школа наставничества имела свои характерные черты: стиля, деловитости, образа мышления – по подобию руководителя. А суть наставничества в том, что молодого руководителя направляли на неделю-месяц к опытному передовому руководителю. Прикомандированный следовал за ним, как тень, наблюдая за каждым его шагом, манерой общения с подчиненными и вышестоящим начальством, стилем работы, характером, умением решить поставленную задачу. И, как губка, впитывал все.

Наставничество применялось также для обучения и воспитания кадров массовых профессий. Вспомним Стаханова, на опыте и методах работы которого учились сотни, тысячи последователей во всей огромной советской стране. Многие из них затем превзошли своего учителя в ударном труде и учили передовым методам новые поколения.

Не менее широко использовалось **коллективное обучение руководителей на семинарах передового опыта** в областях и районах Белоруссии. Они были сродни нынешним республиканским семинарам, но не одно и то же. В советское время передовой опыт изучали в обязательном порядке: планоно, регулярно и детально – в партийной, советской, профсоюзной, комсомольской, хозяйственной практике. В передовую организацию систематически направлялись делегации с последующим отчетом: что видели, что позаимствовали, какие заметили недостатки и т.п.

Актуальность, а также практическая значимость ряда забытых форм и методов работы с кадрами наглядно выявилась в ходе масштабного конкурса «Лидеры России», проведенного в Москве в начале 2018 года. Интересно то, что на передний план вышла такая форма работы, как **наставничество**. Высокие результаты в управленческих делах показывали в ходе конкурса молодые люди, которые были не только хорошо подкованы в теории, но имеющие и толковых наставников – многоопытных управленцев. Поэтому те, кто не имел таких наставников, стремились обязательно их заполучить.

Третья важная форма – **научно-практические конференции**. В семидесятые-девяностые годы прошлого столетия их планировали и ежегодно проводили райкомы, горкомы, раз в 2-3 года обкомы партии. Можно признать, что не всегда они были высоконаучными. Однако к ним целый год готовились кадры, сверяли теорию с практикой, учились анализировать практическую работу, видеть в ней позитив и недочеты, критически относиться к ним и искать пути исправления. Для участия в таких конференциях обязательно приглашались ученые, что во многом создавало **сплав теоретических знаний и практического опыта**.

Научно-практические конференции проводились некоторыми органами исполнительной власти в девяностые и двухтысячные годы. Пример - город Минск. Когда город возглавлял Михаил Яковлевич Павлов, здесь были ежегодными, масштабными международные конференции. До 400 участников: ученые, руководители городских служб, мэры и вице-мэры городов со всего мира. Постоянными участниками конференций были ученые из Москвы, Санкт-Петербурга, Уфы, Казани, Калининграда, Самары и других городов. На конференциях дискутировались внутригородские проблемы, стратегии развития города, место и роль Минска в мировом городском сообществе, стиль и методы управления минских руководителей. А это позволяло успешно справляться с хозяйственными, социальными и политическими задачами. М.Я. Павлов из-за болезни не успел реализовать одну из многих своих идей – **создать в Минске научно-образовательный комплекс, который бы занимался научными исследованиями и повышением квалификации городских руководящих кадров**.

Научно-практические конференции видятся сегодня и как путь к внедрению научных основ в управленческой и хозяйственной работе, как средство осмысления новых задач в области модернизации, инновационного развития: страны, области, города, района, села, будь то в Беларуси или России.

Пропаганда опыта. Когда исследуешь опыт работы с кадрами, то находишь целую плеяду героев своего времени, путь к успеху которых описан подробнейшим образом: формы, методы, стиль работы – бери и пользуйся этим опытом. О передовом опыте, наставничестве постоянно публиковались статьи в журналах, издавались тематические библиотечки, целые серии брошюр! И это не было какой-то показухой, формальностью. Потому, что была четкая и ясная позиция руководства республики: не изучаешь новшеств, не внедряешь их в собственную практику – ты плохой работник и будешь освобожден от должности.

В постсоветские годы почти потерян такой золотник в руководящей, управленческой работе, **как научность, научный подход, научная организация труда**. В советское время вопрос о научном подходе органично содержался в ленинском стиле работы, составными частями которого были научность, коллективность и деловитость. Будущие руководители органов власти и трудовых коллективов приучались к научности со студенческой скамьи, изучая научную организацию труда. Тем самым у них выработывалась потребность в руководстве и управлении на основе научного подхода. Поэтому многие министерства, заводы, комбинаты, колхозы и совхозы имели тесные связи с научными институтами, проводили научные исследования в своих коллективах. Сегодня такие исследования – величайшая редкость, которая появляется благодаря высокому интеллекту и широкому кругозору руководителя коллектива.

Такой могучий ресурс общественного прогресса, как кадровый потенциал, просто грешно не использовать в условиях решения масштабных задач инновационного развития и в Беларуси, и в России. Причем современный уровень развития информационных технологий предоставляет в осуществлении кадровой политики, в работе с кадрами значительно более широкие технические возможности по сравнению с прошлым временем. Организации с сильным кадровым потенциалом, оснащенные передовой техникой и технологиями, отличающиеся рациональной организационной структурой и высокой производительностью труда, экономической эффективностью производства определяют сегодня уровень инновационного развития страны.

И, наконец, современная практика, как и много лет назад, доказывает: технический и гуманитарный прогресс просто невозможен без высокого интеллектуального потенциала кадров, обладающих развитыми организаторскими способностями.

Список литературы

1. Ленин В. И. Поли. собр. соч., т. 7, с. 15.
2. Ленин В. И. Поли. собр. соч., т. 8, с. 96.
3. Косыгин А.Н. Об улучшении управления промышленностью, совершенствовании планирования и усилении экономического стимулирования промышленного производства. М.: Политиздат, 1965, С. 55.
4. Всеуму голова. Зрелый мозг чаще выдает озарения// Аргументы и факты в Белоруссии. – 2015. – № 4. – С. 3.

УДК 004.91: 657.1

АВТОМАТИЗАЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ НА ПЛАТФОРМЕ 1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8 AUTOMATION OF FORMING FINANCIAL REPORTING ON INTERNATIONAL STANDARDS ON 1C PLATFORM: ENTERPRISE 8

**Будько Ольга Николаевна, Николайчик Анастасия Ивановна
Budko Olga Nikolaevna, Nikolaychik Anastasia Ivanovna**

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, Беларусь, Гродно
Yanka Kupala State University of Grodno, Belarus, Grodno
(e-mail: budko_on@mail.ru, nastia036@mail.ru)*

Аннотация: Рассмотрена сущность, назначение и состав международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). Кратко представлена законодательная база использования МСФО в Беларуси. Описана функциональная модель трансформации отчетности. Создано программное обеспечение для трансформации финансовой отчетности СООО «Конте Спа»

(Беларусь). Разработка проводилась на управляемых формах системы 1С: Предприятие 8. Программный продукт предназначен для бухгалтеров компании.

Abstract: Considered the nature, purpose and composition of international financial reporting standards (IFRS). The legal framework for using IFRS in Belarus is briefly presented. The functional model of reporting transformation is described. Created software for the transformation of the financial statements of Conte Spa LLC (Belarus). The development was carried out on managed forms of the 1С: Enterprise system 8. The software product is intended for the company's accountants.

Ключевые слова: международные стандарты финансовой отчетности, трансформация отчетности, программный продукт, 1С: Предприятие.

Keywords: international financial reporting standards, reporting transformation, software, 1С: Enterprise.

Введение. МСФО (международные стандарты финансовой отчетности) – это набор документов, регламентирующих правила составления финансовой отчетности. Целью МСФО является поддержание стабильности и прозрачности в финансовом мире. Это инструмент, которым могут пользоваться все заинтересованные лица (собственники, кредиторы, инвесторы) для получения объективной информации о финансовом состоянии компании и принятия квалифицированных финансовых решений.

В настоящее время около 120 стран мира используют МСФО, и 90 из них требуют, чтобы отчетность компаний полностью была представлена в соответствии с требованиями международных стандартов. МСФО являются стандартными во многих частях мира, включая Европейский Союз и многие страны Азии и Южной Америки. Отметим, что США находится в процессе принятия решения о принятии стандартов. Больше всего выигрывают от внедрения международных стандартов те страны и компании, которые ведут международный бизнес и/или инвестируют в него. Эксперты предполагают, что глобальное внедрение МСФО позволит сэкономить деньги на альтернативных сравнительных издержках, а также позволит более свободно передавать информацию.

Документально МСФО – это стандарты и разъяснения, выпущенные Советом по Международным стандартам финансовой отчетности. В их состав входят:

– Международные стандарты финансовой отчетности (*IFRS – International Financial Reporting Standards*, выпущенные до 2011 года: *IAS – International Accounting Standards*);

– разъяснений КРМФО (Комитет по разъяснениям международной финансовой отчетности, IFRIC);

– разъяснений ПКР (Постоянный комитет по разъяснениям, SIC).

МСФО публикуются Советом по МСФО и определяют, как бухгалтеры должны вести и представлять счета, так как были созданы для того, чтобы иметь «общий язык» бухгалтерского учета, потому что стандарты бизнеса и ведение учета могут отличаться в разных компаниях и странах.

Целью перехода на МСФО для компании является максимальное упрощение международных сопоставлений. Синхронизация стандартов бухгалтерского учета во всем мире является непрерывным процессом в международном сообществе бухгалтерского учета.

МСФО в Беларуси. Беларусь готовилась к введению международных стандартов финансовой отчетности, начиная с 2010 года. Это было рекомендацией Международного Валютного Фонда (МВФ).

Советом Министров Республики Беларусь и Национальным банком Республики Беларусь принято совместное постановление от 19.08.2016 № 657/20 «О введении в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности». В соответствии с постановлением на территории Республики Беларусь вводятся в качестве технических нормативных правовых актов с 1 января 2017 года международные стандарты IAS и IFRS, а также разъяснения IFRIC и SIC. Данное постановление принято в

развитие статьи 17 Закона Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности», согласно которой МСФО вводятся в действие на территории Республики Беларусь в качестве технических нормативных правовых актов.

Таким образом, МСФО начали действовать в Беларуси с 1 января 2017 года. Применяется 42 стандарта и 26 разъяснений. До этого МСФО применяли только самые крупные предприятия и коммерческие предприятия, для которых это было необходимым правилом для осуществления деятельности.

Согласно закону о бухгалтерском учете публиковать отчетность по стандартам МСФО с 1 января 2017 года должны: открытые акционерные общества, которые являются учредителями унитарных предприятий либо хозяйственными обществами по отношению к своим дочерним хозяйственным обществам; банки и небанковские кредитно-финансовые организации, страховые компании.

Большинство компаний составляют отчетность по МСФО путем трансформации существующих национальных счетов бухгалтерской отчетности (НСБУ).

Трансформация национальной отчетности. Отчетность трансформируется в несколько этапов [1] с использованием таблиц мэппинга и ручных корректировок. Мэппинг (в широком понимании) – это преобразование данных из одной формы в другую. Для бухгалтерского учета мэппинг – это составление таблицы соответствий бухгалтерских счетов из различных планов счетов, например, белорусского плана счетов и плана счетов ГААР (МСФО).

Суть трансформации отчетности состоит в выявлении отличий в учете по НСБУ и по МСФО и внесении соответствующих корректировок в отчетность по НСБУ с тем, чтобы она соответствовала требованиям МСФО.

Результатом работ по трансформации отчетности является финансовая отчетность с пояснениями к ней, включающая четыре основные формы:

- отчет о финансовом положении,
- отчет о совокупном доходе,
- отчет о капитале,
- отчет о движении денежных средств.

Постановка задачи, выбор среды разработки. Была поставлена задача разработать программное обеспечение формирования финансовой отчетности по международным стандартам для СООО «КонтеСпа».

СООО «КонтеСпа» является крупнейшим предприятием легкой промышленности Беларуси. Продукция СООО «Конте Спа» выпускается под четыремя основными торговыми знаками, которые приобрели благодаря активным усилиям компании статус брэндов: «Conte elegant», «Conte-kids», «DiWaRi», «ESLI». Продукция Общества экспортируется на рынок чулочно-носочных изделий России, Украины, Казахстана, Молдавии, Армении, Азербайджана, Туркменистана, Грузии, Киргизии, Таджикистана, Польши, Литвы, Эстонии, Латвии, Румынии, Израиля, ЮАР, Канады, США, Сингапура и на внутренний рынок. С каждым годом география продаж Conte расширяется. Большой потенциал видится в расширении рынка сбыта со странами ЕС.

Кроме производства чулочно-носочных изделий, СООО «Конте Спа» является участником рынка коммерческой недвижимости – покупает или строит объекты от нескольких сотен до нескольких тысяч квадратных метров.

В качестве среды разработки была выбрана платформа 1С: Предприятие 8. 1С: Предприятие – это специализированная система управления базами данных (СУБД) с элементами объектно-ориентированного подхода, предназначенная для автоматизации деятельности предприятия. Гибкость платформы позволяет применять ее в самых разнообразных областях. Кроме того, 1С: внедрена и используется в компании. Основным преимуществом системы является то, что она особенно эффективна именно для решения проблем учета.

Описание функциональной модели «Трансформация Отчетности». Входными данными являются: данные национального учета, статьи и подстатьи МСФО, правила трансформации баланса, правила трансформации мэппинга счетов. В результате проведенных действий получим необходимые отчеты.

Трансформация отчетности состоит из четырех функциональных блоков.

Блок 1: «Трансформация баланса и ОПУ». Включает в себя структурную трансформацию баланса и отчета о прибылях и убытках. В результате делаются перегруппировка и агрегирование отдельных статей финансовой отчетности в целях подготовки базы данных для выполнения последующих корректирующих проводок. При этом таблица мэппинга содержит показатели финансовой отчетности по национальному бухучету и их отражение в промежуточной отчетности по МСФО.

Блок 2: «Выполнение корректировок». Состоит в выполнении корректирующих проводок, направленных на устранение качественных различий между национальной отчетностью и отчетностью по МСФО. Корректирующие проводки выполняются при проведении соответствующих документов в программе.

Блок 3: «Составление отчетности по МФСО». Заключается в составлении отчетности по МФСО на основе трансформированного баланса, отчета о прибылях и убытках и прочих форм. Таблица мэппинга включает показатели промежуточной отчетности по МСФО и описание корректировок, сделанных специалистом по трансформации.

Блок 4: «Описание отчетов». Состоит в подготовке описательной части отчетов.

Создание объектов конфигурации. В ходе трансформации отчетности, составленной по национальным стандартам, в МСФО используется ряд справочников:

– Справочник «Наши организации» – предназначен для хранения информации об основной организации, а также её дочерних организациях.

– Справочник «Статьи МСФО».

– Справочник «Подстатьи МСФО».

– Справочник «Мэппинг МСФО».

– Справочник «Настройка Мэппинга МСФО». Предназначен для хранения правил загрузки данных для составления Отчета о прибылях и убытках (ОПУ).

– Справочник «МСФО классификация папок ТМЦ».

МСФО (IAS) 2 Запасы предусматривает порядок определения первоначальной стоимости запасов и их последующего признания в качестве расходов, а также особенности отражения информации о запасах в бухгалтерской отчетности (Приложение 2 в [2]).

Для реализации корректировок по МСФО 2 Запасы (IAS 2 Inventories) используются следующие документы:

– Документ «МСФО списание неликвидных запасов». Предназначен для определения запасов, которые были без движения в течение года, и неликвидных запасов. К неликвидным запасам относятся: бракованные товары, просроченная или некондиционная продукция, товары, которые не получается реализовать по иным причинам. В результате проведения документа, последний делает проводки, которые списывают с баланса стоимость запасов, являющихся неликвидами, а также запасов без движений.

– Документ «МСФО реклассификация запасов в основные средства». Некоторые активы предприятия могут быть и основными средствами, и отдельными предметами в составе средств в обороте. Документ предназначен для списания с баланса суммы запасов по тем номенклатурам, стоимость которых превышает величину 30 базовых величин [3, 4].

– Документ «МСФО списание запасов в расходы». МСФО (IAS) 2 запрещает включать в себестоимость запасов административные накладные расходы, которые не связаны с транспортировкой запасов в текущее место нахождения и приведением их в текущее состояние. Документ позволяет разнести затраты по определенным ТМЦ на административные или коммерческие расходы, либо на себестоимость.

– Документ «МСФО обесценение запасов». Предназначен для того, чтобы снять с баланса разницу между себестоимостью и ценой реализации товаров, если цена реализации ниже себестоимости.

– Документ «МСФО списание до чистой цены реализации». Согласно МСФО 2, запасы приводятся в балансе по наименьшей из двух оценок: себестоимости или чистой стоимости реализации. Балансовая стоимость активов не должна превышать поступления средств, которые ожидаются от их продажи или использования.

– Документ «МСФО F4 Incoterms реализация». Это свод правил, где собраны все основные права и обязанности контрагентов в зависимости от режимов поставок, норм и правил. При реализации продукции на экспорт следует провести корректировки по тем накладным, которые были выписаны и оплачены покупателем в отчетном году, однако риски перешли покупателю только в следующем году.

– Документ «МСФО F4 Incoterms покупка». При приобретении продукции за рубежом следует провести корректировки по выписанным накладным, при этом риски перешли покупателю (Конте Спа) в отчетном году, а продукция оприходована на склад в следующем.

Для получения данных национального бухгалтерского отчета для составления Отчета о прибылях и убытках предназначен документ «МСФО маппинг счета».

Выводы. Таким образом, используя разработанный программный продукт, бухгалтер компании Конте Спа сможет произвести:

– трансформацию баланса и ОПУ, используя данные национального бухгалтерского учета, списки статей МСФО, подстатей МСФО, правила трансформации баланса, правил трансформации маппинга, руководствуясь законодательными актами и стандартами МСФО;

– выполнить корректирующие проводки по запасам, используя данные национального учета, статей МСФО, подстатей МСФО, трансформированного баланса и отчета о прибылях и убытках;

– составить финансовую отчетность по международным стандартам.

Трансформация финансовой отчетности компании из национальных в международные стандарты даст большие преимущества в области международной торговли и иностранного инвестирования.

Список литературы

1. Трансформация национальной отчетности. <http://collegia.by/info/publication/the-transformation-of-the-national-reporting-3-part/>

2. О введении в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь и Национального банка Респ. Беларусь. 19.08.2016. № 657/20. http://www.minfin.gov.by/upload/accounting/mfso/post_190816_657_20.pdf.

3. Об утверждении инструкции по бухгалтерскому учету запасов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь 12.11.2010. № 133. http://www.minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_121110_133.pdf.

4. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету основных средств и признании утратившими силу некоторых постановлений и отдельных структурных элементов постановлений Министерства финансов Республики Беларусь по вопросам бухгалтерского учета: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь. 30.04.2012. № 26. <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W21226355&p1=1>.

МОНИТОРИНГ РИСКОВ В ОБРАЗОВАНИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ

Булков Андрей Алексеевич
Bulkov Andrey Alekseevich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow

Аннотация: Проведён анализ рисков современного образования методом кабинетного исследования. Представлены подходы к управлению ими.

Abstract: the analysis of risks of modern education by the method of Desk research is Carried out. Approaches to their management are presented.

Ключевые слова: риск, общество риска, риски в образовании, управление рисками, принципы управления рисками в образовании.

Keywords: risk, risk society, education risks, risk management, risk management principles in education.

Как показало проведённое кабинетное исследование, в современной социологической науке сущностно-содержательные характеристики риска как социального явления достаточно глубоко проанализированы, обобщены, представлены и описаны [3, с. 512-519].

В ходе проведённого анализа установлено, что риском принято называть ситуативную характеристику деятельности, представленную неопределенностью ее завершения и возможными неблагоприятными последствиями в случае неуспеха. Как показал проведённый анализ, для современной жизни характерно возрастание частоты, сложности рисков, их качественной сочетаемости, влияющих на содержание создаваемых ими последствий. У. Бека, определяя риск, отмечал, что он является всеобъемлющей характеристикой определенного уровня общественного развития - «общество риска» [1, с. 162]. Степень защищенности общества от влияния риска определяется безопасностью как состоянием защищенности жизненно важных интересов общества, государства и личности.

В современной социологии исследуются риски различной природы. Как показал проведённый анализ, наиболее глубоко представлены обобщенные исследования рисков цивилизационного, техногенного, политического, модернизационного характера. Отечественная система образования реализуется в условиях рисков, определяемых модернизацией. Поэтому в этой сфере актуальной является проблема модернизационных рисков и управления ими [2, с. 11-17]. Модернизация в образовании как процесс связана с введением новых образовательных стандартов, реорганизацией образовательных организаций, внедрением независимой системы мониторинга и оценки качества образования, реализацией государственно-общественного характера управления образованием. Особое внимание к модернизации связано с тем, что любой модернизационный процесс сопровождается возможными вероятностями появления негативных последствий для педагогических работников, образовательных организаций, системы образования. Всё это является условием появления образовательных рисков [4, с. 401].

По мнению У. Бека, под модернизационными рисками целесообразно понимать систематические взаимодействия общества с угрозами и опасностями, связанными с содержанием процесса модернизации [1, с. 162]. Поэтому риски описываются как следствия угрожающей силы модернизации, порождающие чувства неуверенности и страха [5, с. 127].

Проведённые исследования позволяют идентифицировать и оценить риски образовательных организаций в связи с модернизацией сферы образования. Эти риски подразделяются на риски антропогенного и технологического характера. Риски антропогенного содержания основаны на человеческом факторе. Они подразделяются на

прогнозные, управленческие и реализационные риски. Эти риски определяются опытом, уровнем квалификации персонала и характеристиками его мотивации. Технологические риски в условиях модернизационных изменений классифицируются на риски состояния правового поля, риски длительности инновационных процессов, риски поставок, потребительские риски.

В научной литературе описываются и другие типы рисков, связанных с модернизацией современной системы образования. Степень влияния на анализируемую систему позволяет классифицировать критические существенные, умеренные, незначительные и игнорируемые образовательные риски. Они распределяются по трём уровням. Первый уровень определяется приемлемыми рисками. Они оказывают незначительное воздействие на систему образования. На втором уровне находятся оправданные риски. В результате их воздействия деформируется образовательная система. Третий уровень представлен недопустимыми рисками. Они направлены на разрушение системы образования, её крах.

Как показал проведённый анализ теоретических источников в области теории рисков, модернизационные риски управленческой деятельности существуют всегда. Поэтому целесообразно проанализировать механизмы управления рисками.

Под управлением риском следует понимать совокупность методов, приемов и мероприятий, направленных на прогнозирование наступления рисков и принятие мер по исключению или снижению отрицательных рисковых последствий.

В социологической практике управление рисками является двухуровневым процессом.

В ходе него анализируется взаимодействие подсистем образовательного управления. Сюда включены образовательные системы локального, муниципального, регионального, федерального уровней и руководители образования этих уровней, осуществляющих функциональную деятельность управляемой подсистемы.

Основной целью процесса управления рисками при принятии управленческих решений является увеличение вероятности успешной реализации процессов модернизации через уменьшение степени воздействия рисков до уровня приемлемого в управлении. Этот процесс основан на группе базовых принципах управления рисками.

Первый принцип называется принципом законности. Его содержание реализуется через соответствие принимаемых мер по предотвращению или минимизации рисков модернизации в рамках действующего законодательства.

Второй принцип связан с локализацией риска. Он объясняет тот факт, что риск, порожденный решениями вышестоящих органов, наиболее эффективно локализуется на данном уровне.

Представляет научный интерес принцип командного управления рисками. Данное правило определяет содержание процесса управления рисками на основе применения методов командной работы. Этот принцип определяет зависимость эффективной работы от коопераций усилий, навыков и знаний специалистов.

Следующий принцип называется правилом информационного единства. Его содержание определяется совместимостью источников информации и единства подходов к процедурным аспектам их обработки и анализа. Кроме того необходимо учитывать вертикальные и горизонтальные взаимосвязи на всех управленческих уровнях.

Отдельно следует описать принцип адекватности реакции. Это правило определяется тем, что затраченные ресурсы на управление риском не должны быть больше возможного вреда.

Следующим направлением анализа в данной статье являются базовые стратегии управления рисками. Первая стратегия, описанная в научной литературе, - это уклонение. Она заключается в полном устранении источника или угрозы рисковых последствий посредством исключения потенциального появления ситуации негативного содержания. Вторая стратегия названа смягчением. Её содержание определяется уменьшением вероятности величины или возникновения вероятных потерь. Источник риска в этой ситуации не устраняется. Третья стратегия чаще всего описывается как передача. Она

определяет процесс перенесения ответственности за управление рисковой деятельностью на другие управленческие структуры. При этом источника риска также не устраняется. Следующая стратегия называется распределение. Она предлагает разделять рисковую ответственность между участниками. Еще одна стратегия получила название принятие. Она связана с подтверждением возможности негативной ситуации и сознательное решение принять ее последствия и компенсировать ущерб. Выбор базовой стратегии определяется возможным влиянием риска на образовательную систему.

Специалисты в области управления рисками сформировали содержание этапов управления рисками. Обязательными из них являются анализ риска и выработка мер по устранению и минимизации рисков последствий.

Проведённый анализ управленческой практики в сфере образования позволяет выделить несколько этапов управления рисками. На первом этапе проводится идентификация и анализ рисков. В рамках этого этапа определяются риски. Для этого применяется их мониторинг. По результатам его проведения осуществляется их документирование. Затем производится качественная и количественная оценка рисков. На следующем этапе планируется реагирование на модернизационные риски. Здесь определяется последовательность действий, направленных на ослабление отрицательных последствий событий рискованного содержания. В ходе этого этапа так же используются возможные имеющиеся преимущества. Еще один этап направлен на непосредственное управление рисками. В ходе него выполняется план управления рисками. На завершающем этапе проводится мониторинг эффективности управления образовательной системой. Здесь же реализуется реабилитационный комплекс системы. Проводится оценка эффективности деятельности по минимизации рисков модернизации. Происходит определение оставшихся рисков. Устраняются негативные последствия событий с рискованного содержанием.

Каждый этап направлен на реализацию промежуточных целей и задач, достижение соответствующих результатов. Они являются исходными данными для содержания последующих этапов. При этом образуется система принятия решений, включая обратную связь. Созданная система направлена на обеспечение максимально эффективного достижения целей на основе знаний, полученных в ходе каждого этапа. Такая ситуация позволяет корректировать цели управления рисками и методы воздействия на рискованное поле.

Таким образом, процесс управления рисками образовательной системы (организации) представляет последовательную реализацию идентификации и анализа рисков антропогенного и технологического содержания, планируемых мероприятий реагирования на риски с применением управленческих стратегий, мониторинга эффективности и реабилитации системы образования в условиях модернизации. Мониторинг рискованных ситуаций образовательной системы позволяет повысить качество подготовки обучаемых, исключить риски содержания образования, что в перспективе повлияет на эффективность управления в промышленности и торговле.

Список литературы

1. Бек У. От индустриального общества к обществу риска // Альманах THESIS. 1994. № 5. С. 162.
2. Белоусова С.А., Орёл А.Е. Пути минимизации модернизационного риска в сфере образования // Образование и наука. 2009. № 1. С. 11-17.
3. Булков А.А. К проблеме управления рисками в современном образовании // Тенденции и перспективы развития социотехнической среды: материалы IV международной научно-практической конференции, Москва, 13 декабря 2018 г. М.: Изд-во СГУ, 2018. С. 512-519.
4. Булков А.А. Риски и уязвимости в условиях современной модернизации // Научно-технический прогресс как фактор развития современной цивилизации: сборник статей по итогам международной научно-практической конференции (Магнитогорск, 14 ноября 2017). /в 3 ч. Ч. 3. Стерлитамак: АМИ, 2017. С. 46-50.
5. Кравченко С.А. Социология риска и безопасности. М. : Издательство Юрайт, 2016. 302 с.

**АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВЛИЯЮЩИХ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ПРОЦЕССА
ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**
**ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE ORGANIZATION OF THE PROCESS
OF GOODS IN THE SYSTEM OF CONSUMER COOPERATION OF THE REPUBLIC OF
BELARUS**

Бык Владимир Федорович, Каунов Кирилл Игоревич
Byk Vladimir Fedorovich, Kaunov Kirill Igorevich

*Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, Республика
Беларусь, Гомель*
*Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives, Republic of Belarus,
Gomel*
(e-mail: Byk@bteu.by ,mirid@mail.ru)

Аннотация. В статье рассмотрены и проанализированы отдельные факторы, оказывающие влияние на организацию процесса товароснабжения в системе потребительской кооперации Республики Беларусь.

Abstract. The article considers importance of consumer cooperatives on the Republican consumer's market; quantitative and quality indexes of development of retail turnover and trade infrastructure; common trends of retail development.

Ключевые слова: потребительская кооперация, торговый объект, товароснабжение, торговая сеть, торговая инфраструктура.

Key words: consumer cooperatives, retail facilities, process of goods, retail trade system, trade infrastructure

Потребительская кооперация Республики Беларусь — общественно-массовая многоотраслевая хозяйственная организация, которая является крупным социально-ориентированным сектором экономики страны.

Извлечение прибыли — не самоцель потребкооперации. Она необходимый инструмент достижения главной цели — организация обслуживания преимущественно сельского населения и обеспечение наиболее полного удовлетворения его интересов [1].

Структура потребительской кооперации Республики Беларусь, в настоящее время, представлена 89 районными потребительскими обществами, объединёнными в пять областных союзов (Брестский, Витебский, Гомельский, Минский, Могилёвский) и одно областное потребительское общество (Гродненское). Потребительские общества и областные союзы являются учредителями Белорусского республиканского союза потребительских обществ (далее — Белкоопсоюз) [1].

Реализация главной цели, заключающейся в качественном обслуживании населения, в значительной мере зависит от организации процесса товароснабжения.

Налаженный на должном уровне процесс товароснабжения является основанием для роста и развития розничного товарооборота. Розничный товароборот является важнейшим показателем, характеризующим деятельность торговой отрасли системы потребительской кооперации.

Концепцией развития потребительской кооперации Республики Беларуси на 2016-2020 годы намечено:

- увеличение темпа роста розничного товарооборота за 2016-2020 годы в целом по Белкоопсоюзу до 106,7 %. [2].

На организацию процесса товароснабжения влияют различные факторы. Наиболее значимые из них должны учитываться при принятии решений, направленных на оптимизацию процесса товароснабжения.

Проведенные исследования позволили выделить группы факторов, отдельные из которых представлены в данной статье.

1. Наличие соответствующей инфраструктуры, участвующей в организации процесса товароснабжения.

Организационно-экономическая модель товароснабжения розничной торговли в потребительской кооперации Республики Беларусь сформировалась в 90-ые годы прошлого столетия и была построена по территориально-отраслевому принципу, имела двухуровневое линейно-функциональное построение: республиканский опт – областной опт (таблица 1, по состоянию на 2011-2016 гг. включительно).

Таблица 1. Сведения о наличии объектов оптовой торговли и их складских площадей в потребительской кооперации Республики Беларусь за 2011-2016 гг.

Облпотребсоюз (облпо)	Количество оптовых предприятий (баз), единиц			Площадь складов, тыс. кв. м		
	2011	2014	2016	2011	2014	2016
Брестский	2	2	2	50,1	50,1	50,5
Витебский	3	3	3	30,2	38,4	37,3
Гомельский	2	2	2	42,6	42,6	39,8
Гродненское облпо	1	–	–	–	–	–
Минский	2	2	2	8,8	10,2	7,0
Могилевский	2	3	3	24,6	24,6	24,6
Унитарные предприятия Белкоопсоюза	3	1	1	19,9	19,9	17,8
Всего	15	13	13	185,8	185,8	177,1

С целью достижения максимальной эффективности логистики и мобильности в поставке товаров на базе имеющихся складских площадей областных оптовых предприятий созданы региональные оптовые подразделения. За каждой логистической площадкой закреплены торговые представители и региональные менеджеры, в сферу ответственности, которых входит взаимодействие с розничными торговыми организациями.

Развитие розничной торговой сети как составляющей инфраструктуры и ее месторасположение будут определять систему организации товароснабжения, логистику и маршруты движения. В таблице 2, на рисунках 1-2 представлены данные об изменении количества розничных торговых объектов потребительской кооперации, в том числе расположенных в сельской местности, и их площадей.

Анализ данных, представленных в таблице 2, на рисунках 1-2 свидетельствует о том, что наблюдается тенденция снижения количества розничных торговых объектов потребительской кооперации за 2013-2017 гг. За анализируемый период количество объектов сократилось на 18,5 %. Соответственно сокращается количество магазинов и их торговая площадь.

Таблица 2. Динамика развития розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь за 2013-2017 гг.

Показатель	Год					Темп роста, % 2017 г. к 2013 г.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Розничные торговые объекты потребительской кооперации (на конец года), тыс. ед.	9,5	9,4	9,8	9,1	8,5	89,5
Торговая площадь магазинов потребительской кооперации, тыс. м ²	964,0	959,3	923,3	866,1	791,1	82,1

Количество магазинов потребительской кооперации, тыс. ед.	9,3	9,2	8,7	8,1	7,5	80,6
в том числе расположенных в сельских населенных пунктах, тыс. ед.	6,4	6,2	5,9	5,4	5,1	79,7
Торговая площадь магазинов потребительской кооперации, расположенных в сельских населенных пунктах, тыс. м ²	540,4	524,1	498,6	463,2	427,5	79,1



Рис. 1. Изменение доли магазинов потребительской кооперации и их торговой площади по Республике Беларусь за 2013-2017 гг.

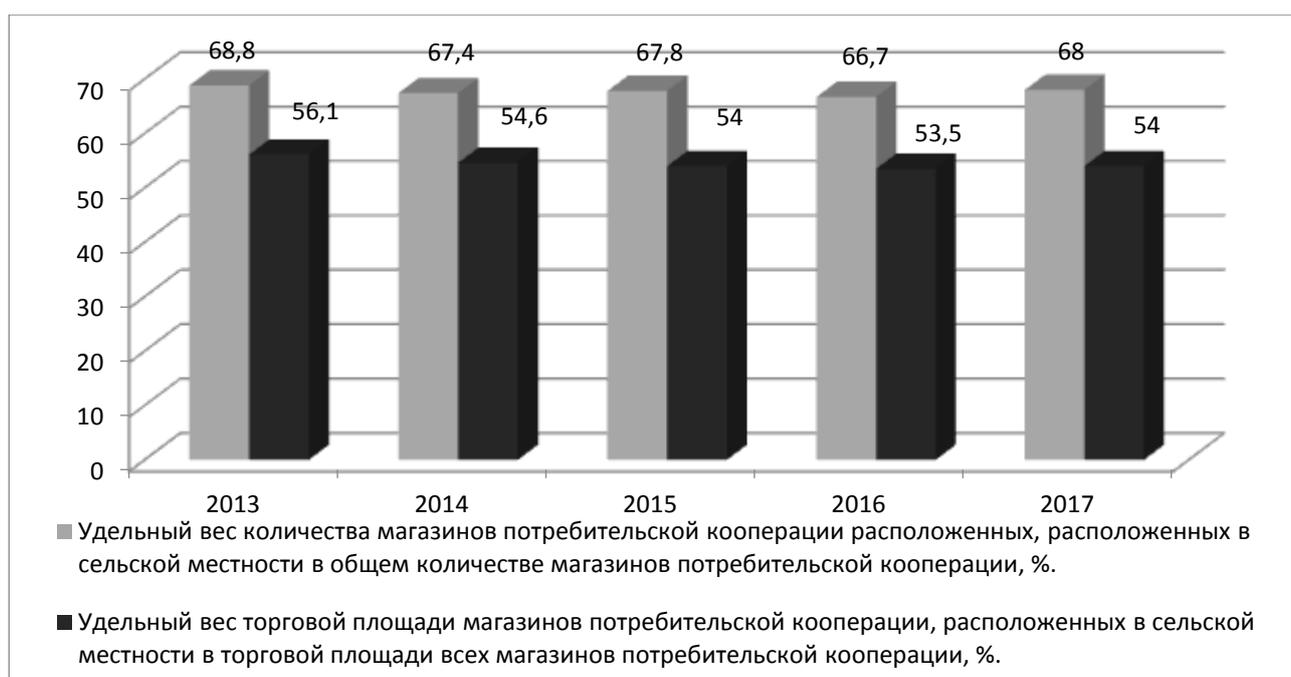


Рис. 2. Изменение доли магазинов потребительской кооперации расположенных в сельской местности по Республике Беларусь за 2013-2017 гг.

Значительная доля магазинов расположена в сельской местности. В 2017 году она составила 68 %. Такая ситуация определяет специфику товароснабжения.

2. Наличие конкурентной среды и ее дальнейшее развитие.

Данные, представленные на рисунке 3, свидетельствуют о достаточно низкой доле розничного товарооборота потребительской кооперации, занимаемой в розничном товарообороте в целом по республике, а также о постоянном ее снижении. Потребительская кооперация стремительно сдает свои позиции конкурентам.

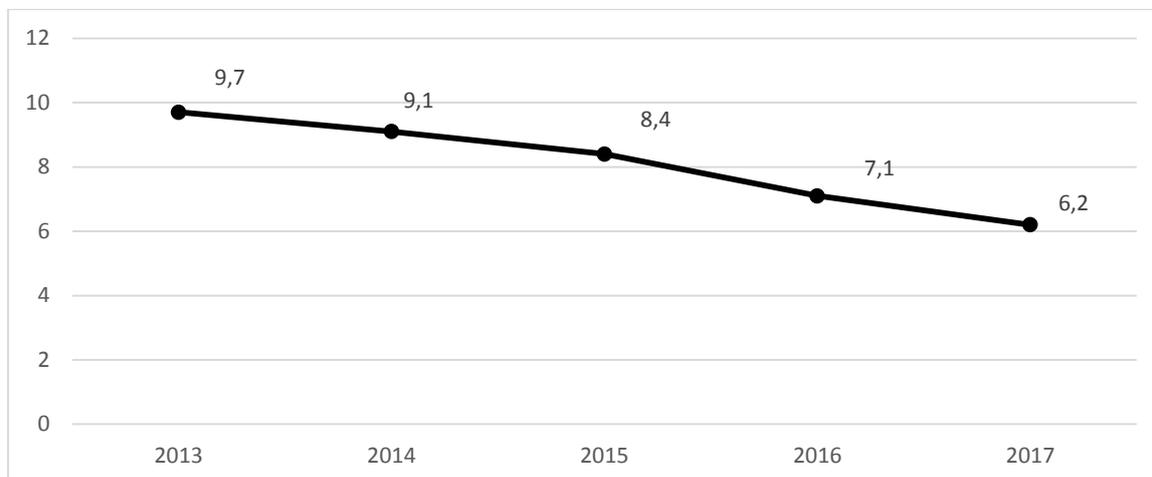


Рис. 3. Доля розничного товарооборота потребительской кооперации в розничном товарообороте организаций торговли республики Беларусь за 2013-2017 гг.

В настоящее время основными конкурентами на рынке Республики Беларусь выступают торговые сети (таблица 3), которые стали активно внедряться в сельские регионы, где потребительская кооперация раньше занимала доминирующее положение.

Таблица 3. Крупнейшие продовольственные и непродовольственные торговые сети Республики Беларусь, 2017 г.

Место	Продовольственная сеть	Непродовольственная торговая сеть
1	«Евроопт»	«АМІ-Мебель»
2	«Корона»	«Остров чистоты»
3	«Алми»	ОМА
4	«Рублевский»	«Пинскдрев»
5	«Белмаркет»	«Буслік»
6	«Гиппо»	«Мила»
7	«Соседи»	«Пятый элемент»
8	«Mart INN»	«Mile»
9	«Доброном»	«КАРИобувь»
10	«Радзивилловский»	«Электросила»

Развитие конкуренции на потребительском рынке Республики Беларусь требует от потребительской кооперации использование новых подходов к организации процесса товароснабжения. В настоящее время актуальным становится внедрение логистики, автоматизация объектов розничной торговли[3].

3. Структура розничного товарооборота.

Сложившаяся структура розничного товарооборота также определяет специфику в организации процесса товароснабжения, так как имеются значительные различия в обеспечении розничной торговой сети продовольственными и непродовольственными товарами.

В таблице 5 представлены данные о структуре розничного товарооборота потребительской кооперации, свидетельствующие о преобладании доли продовольственных товаров. Она составила в 2017 году более 90 %.

Таблица 5. Динамика структуры розничного товарооборота потребительской кооперации Республики Беларусь за 2013-2017 гг.

Показатель	Год					Отклонение (+/-) 2017 г. от 2013 г.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Структура розничного товарооборота, в процентах к итогу	100	100	100	100	100	-
продовольственные товары	82,9	85,1	86,5	88,1	90,48	7,58
непродовольственные товары	17,1	14,9	13,5	11,9	9,52	-7,58

На организацию процесса товароснабжения влияют и другие факторы. Например:

- географический(территориальный), характеризующийся снижением количества сельских населенных пунктов Республики Беларусь;
- социально-демографический, характеризующийся снижением численности сельского населения республики и т.п[4].

В заключение статьи следует отметить, что исследование всего многообразия факторов, влияющих на организацию процесса товароснабжения, их оценка и анализ явятся исходным материалом для разработки основных направлений (мероприятий) его совершенствования.

Список литературы

1. Гурская С. П. Роль потребительской кооперации Республики Беларусь в торговом обслуживании сельского населения// Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2018. — № 3 (25). — С. 9 – 16.
2. Концепция развития потребительской кооперации на 2016-2020 годы: пост. Правления Белкоопсоюза от 29.02.2016 № 47. – Минск: Белкоопсоюз, 2016. – 25 с.
3. Байбардина, Т. Н. Тенденции развития сетевой торговли в Республике Беларусь / Байбардина Т. Н., Якимик А. Я. //Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2018. – № 3. – С. 57 – 64.
4. Бондаренко О. Г. Характеристика факторов формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли Республики Беларусь// Коммерция, логистика и маркетинг в инновационной экономике: научная дискуссия [Электронный ресурс]: сборник научных статей международной научно-практической интернет-конференции, Гомель, 25 октября 2018 г. – С. 22 – 27.

УДК 323.2

ОБЩЕСТВЕННО-ГОСУДАРСТВЕННОЕ ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО: МЕХАНИЗМЫ И УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ SOCIAL PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP: MECHANISMS AND DEVELOPMENT ADMINISTRATIVE

**Губачев Николай Николаевич
Gubachev Nikolay Nikolaevich**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: nn_gubachev@mail.ru)*

Аннотация. В работе рассмотрены субъекты общественно-государственного частного партнерства, включая НКО, органы государственного управления, бизнес структуры; механизмы общественно-государственного частного партнерства. Определены основные направления управления развитием партнерства, включая целевой капитал; использование

«Аутсорсинга» в различных секторах общества; концессионные соглашения и другие механизмы.

Abstract: The article examines the subjects of social public-private partnerships, including non-profit organizations, organs of government, business structures, and mechanisms of social public-private partnerships. The basic directions of development partnership administration have been determined, including specific capital, outsourcing in different public sectors, concessionary agreement and other mechanisms.

Ключевые слова: общественно-государственное частное партнерство, механизмы реализации проектов партнерства, инструментарий, управление, развитие.

Keywords: social public-private partnerships, partnership implementation mechanisms, tools, administration, development.

Сущность общественно-государственного частного партнерства состоит в том, чтобы в рамках договоров и соглашений передать частному сектору функции финансирования (строительства, реконструкции, эксплуатации, управления) объектов социально-культурной и производственной инфраструктуры, находящихся в государственной собственности. При этом мотивация частного сектора для активного участия в схемах определяется возможностями продвижения на новых рынках услуг, согласованным с государственным сектором уровнем доходности, а также стабильным и гарантированным заказом со стороны крупного и престижного заказчика.

Выделение Правительством России значительных финансовых ресурсов, заинтересованность предпринимательского сектора в активизации использования результатов научно-исследовательской и инновационной деятельности с целью повышения конкурентоспособности производства и выхода на мировой и внутренний рынки определяют необходимость взаимовыгодного сотрудничества органов государственной власти с государственными и частными организациями, с институтами гражданского обществом (общественно-государственное партнерство) [1].

Президент РФ В.В.Путин в Послании ФС РФ в феврале 2019 года отметил, что развитие российской социально-экономической политики и экономики в целом в немалой степени зависит от того, насколько система современного государственного управления открыта для учета потребностей и предпочтений граждан России и насколько полно при этом задействованы ресурсы, имеющиеся во внутренней и внешней среде государства [2].

Кроме того, в директивных документах Правительства России, в том числе в Концепции долгосрочного стратегического развития России до 2020 года, а также в отчете Председателя Правительства РФ Д.А. Медведева в Государственной Думе 18 апреля 2019 года подчеркивается особая роль институтов гражданского общества в социальном развитии, преодолении бедности населения, в которой проживает более 19 млн. человек населения страны.

Опыт государственного управления свидетельствует, что институты гражданского общества способны производить независимую оценку действий различных органов власти и бизнес структур, обеспечивая согласование частных и общественных интересов. Применительно к общественно-государственному партнерству, процессу публичного управления это означает уменьшение информационной асимметрии при принятии решений, улучшение их качества, повышение исполнительской дисциплины государственного аппарата, муниципальных служащих за счет совершенствования системы контроля. Как нам представляется, общественные институты располагают уникальными информационными, кадровыми, экспертными и иными ресурсами для производства общественных благ с меньшими затратами и лучшего качества, чем у органов власти различных уровней, включая высший уровень исполнительной власти. Это позволяет рассматривать возможность делегирования части хозяйственных функций государства на уровень организаций общественного сектора, последние тем самым участвуют в реализации государственных управленческих решений, увеличивают ресурсную базу проводимых мероприятий.

Как уже отмечалось, ключевой целью развития общественно-государственного частного партнерства является увеличение объемов предоставления, повышение качества, доступности и безопасности услуг, предоставляемых россиянам отраслями инфраструктуры и социально ориентированными секторами экономики. При этом следует отметить, что государственно-частное партнерство само является эффективным механизмом взаимодействия субъектов. А особенность общественно-государственного частного партнерства по сравнению с иными механизмами проектного финансирования заключается в том, что стороны нередко преследуют разные цели, обладают различной исходной мотивацией, но при этом практически одинаково заинтересованы в продуктивной реализации проекта в целом.

Общественно-государственное частное партнерство облегчает выход на мировой рынок капиталов, стимулирует приток иностранных инвестиций в отрасли реального сектора экономики. В настоящее время общественно-государственное частное партнерство находится на пике активности теоретических исследований и практических внедрений, а системные финансовые сбои в мировой экономике лишь усиливают необходимость взаимодействия государства и бизнеса вне фискального сектора.

Основными субъектами общественно-государственного частного партнерства являются общественные структуры, оказывающие услуги на безвозмездной основе, органы государственной и муниципальной власти и бизнес-структуры.

В Российской Федерации насчитывается около 300 тысяч социально ориентированных НКО, типология которых различна. Исследователи выделяют 3 условных типа общественных организаций: НКО-просители, НКО-благотворители, НКО-общественные созидатели.

В частности, НКО-общественные созидатели, созданные на ресурсе, профессиональном потенциале, гражданском самосознании своих организаторов, создавая дополнительный общественный продукт. Именно эти НКО наиболее целесообразны для кооперации с профильными государственными и иными структурами в рамках реализации проектов общественно-государственного частного партнерства. Имеется немало примеров, организации успешного сотрудничества. Участие государства в реализации проектов общественно-государственного частного партнерства осуществляют государственные структуры, социальные учреждения разных типов, центры при органах государственной власти, муниципальные учреждения, включая центры досуга и творчества. Третьей стороной партнерства являются коммерческие, производственные, как частные, так и структуры, созданные с участием органов власти различного уровня [3]. И все эти субъекты могут компоноваться в разных вариантах. Опыт развития общественно-государственного частного партнерства свидетельствует, что государственные учреждения в силу стабильности, бюджетного обеспечения, многолетнего опыта деятельности занимают лидирующее положение в этом процессе. Встает вопрос как же обеспечить реальную широкую поддержку и развитие столь востребованного общественно-государственного частного партнерства. Эксперты и специалисты в системе государственного управления отмечают, что это возможно, прежде всего через повышения эффективности реализации государственной политики в сфере общественно-государственного партнерства, системы государственного управления, совершенствование федерального и регионального законодательства. Несмотря на то, что принят федеральный закон о государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в РФ № 224-ФЗ от 13.07.2015, приняты соответствующие региональные законы в более 70 субъектах Российской Федерации в российской правовой системе еще окончательно не сложилось единого понимания общественно-государственного частного партнерства в социальной и в инновационной сферах как явления мировой экономической трансформации. Его официальное определение в российских нормативных правовых актах как на уровне Федерации, так и на региональном далеко не едино. По мнению экспертов, специалистов этой области и органов государственного управления, необходимость развития общественно-государственного частного партнерства в инновационной сфере прямо или

косвенно подчеркивается во многих документах, определяющих направления государственной политики в научно-инновационной сфере. Так, в «Основах политики РФ в области развития науки и технологий на период до 2020 года и дальнейшую перспективу». Сегодня общественно-государственное частное партнерство в различных своих видах начинает все чаще использоваться для развития общественного сектора экономики. Но стоит заметить, что иногда интересы субъектов общественно-государственного частного партнерства, включая бизнес структуры и органы управления государства могут не только не совпадать, но и противоречить друг другу. Во избежание подобного необходимо заметить, что очень важен этап, предшествующий заключению договора о партнерстве. Например, серия переговоров сторон, балансирующая упомянутые интересы и стратегические ориентиры проекта.

Органы государственной власти, исполняя проекты общественно-государственного частного партнерства, преследуют четкие цели и задачи[2]. Например, повышают социально-экономическую активность в стране, в том числе в региональном и отраслевом разрезе; препятствуют резкому росту государственных расходов, поддерживая финансовую стабильность бюджета; стремятся к повышению эффективности госрасходов и использования государственного имущества; способствуют укреплению рыночных принципов функционирования экономики, снижению контроля государства в рыночной экономике, развитию конкуренции, насколько это возможно и многие другие цели и задачи. Бизнес структуры в проектах государственно-частного партнерства преследуют также свои цели и задачи. В частности, получение прибыли при максимально сниженных рисках; укрепление положительного имиджа надежного партнера государства в решении стратегических социально-значимых проблем; более свободный доступ к управлению и извлечению прибыли от эксплуатации систем жизнеобеспечения, естественно-монопольных объектов, капиталоемких сооружений и их последующей полной или частичной приватизацией [4].

Итак, общественно-государственное частное партнерство по своей природе – это развивающийся **механизм** эффективного сотрудничества власти в лице, государственных органов, институтов гражданского общества и бизнес-структур с целью разработки, планирования, ресурсного обеспечения, строительства, обслуживания и использования объектов важнейших отраслей экономики, которые вовлечены в процесс оказания социально значимых услуг населению. Система партнерских отношений государства и частного сектора включает целый комплекс субъектов, объектов, средств, форм и способов взаимодействия, ориентированного на достижение запланированных результатов. Механизмы партнерства развиваются по трем основным направлениям

Первое направление - совершенствование организационно-правовых условий развития общественно-государственного партнерства. Второе направление - совершенствование взаимодействия исполнительных органов государственной власти с институтами гражданского общества и третье направление - совершенствование экономических и политических условий для развития общественно-государственного партнерства.

В современных условиях в рамках реализации проектов общественно-государственного частного партнерства на федеральном и региональном уровне используются различные механизмы и формы. В частности, создание специального федерального органа (например, Федерального агентства по ГЧП или по концессиям); создание необходимой институциональной правовой, экономической, организационной среды; создание партнерства в форме некоммерческой организации; создания партнерства в форме автономной некоммерческой организации; использование целевого капитала; использование «Аутсорсинга» в различных секторах общества, концессионные соглашения и другие механизмы [5].

На основе анализа использования механизмов реализации проектов общественно-государственного частного партнерства выделяются следующие преимущества и сложности

применения механизмов партнерства для преодоления инфраструктурных ограничений в социальной политике. Потенциальные преимущества использования общественно-государственного частного партнерства это снижение рисков по проекту. Передача части рисков по проекту частному партнеру как стороне, способной справиться с ними с меньшими затратами или с лучшим результатом, чем публичная сторона. Требования к качеству оказания услуг, а не ограничения на используемые ресурсы или технологии, а также проведение конкурентных конкурсных процедур способствует расширению поля для инноваций и привлечению наиболее технологически развитых исполнителей по проекту. Частный партнер, привлекая финансирование и неся обязательства перед заемщиками и акционерами, заинтересован в увеличении денежных потоков от проекта и повышении эффективности управления им [6].

Управление проектами общественно-государственного частного партнерства требует от органов государственной и муниципальной власти новых управленческих компетенций, которые определены в государственном стандарте по направлению подготовки магистров 38.04.04. Развитие компетенций в управлении проектами в системе органов государственного и муниципального управления путем повышения соответствующего профессионального уровня исполнителей важные условия успешности реализации проектов ГЧП.

Список литературы

1. Губачев Н.Н., Одинцова О.В. Государственно-частное партнерство. М.: МГУДТ, 2016. 140 с.
2. Послание Президента Федеральному Собранию // 2019. <http://kremlin.ru/events/president/news/59863>
3. Губачев Н.Н. Управление государственно-частным партнерством. М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. 180 с.
4. Васильева В.М., Колеснева Е.А., Иншаков И.А. Государственная политика и управление. Учебник и практикум М.: Издательство Юрайт, 2018, 190 с.
5. Иванов О.В. и др. Механизмы государственно-частного партнерства в экономической политике России. М. МГИМО-Университет, 2018. 408 с.
6. Ткаченко И.Н. и др. Государственно-частное партнерство Учебное пособие М.: Издательство Юрайт, 2018, 292 с.

УДК 338.28

ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕХНИКО-ВНЕДРЕНЧЕСКИХ ЗОН В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ FACTORS OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF TECHNICAL AND INNOVATION ZONES IN MODERN RUSSIA

**Губачев Николай Николаевич, Титов Владимир Николаевич
Gubachev Nikolay Nikolaevich, Titov Vladimir Nikolaevich**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: nn_gubachev@mail.ru; yashiknash@list.ru)*

Аннотация: Рассмотрены экономические и институциональные условия развития инновационной экономики в России на основе механизмов государственно-частного партнерства. На основе статистических данных проведен анализ влияния различных факторов на экономические результаты функционирования ОЭЗ технико-внедренческого типа.

Abstract: The economic and institutional conditions for the development of an innovative economy in Russia are considered on the basis of public-private partnership mechanisms. On the basis of statistical data, the analysis of the influence of various factors on the economic results of the operation of a technical-innovation-type special economic zone is carried out.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, инновационное развитие, технико-внедренческие зоны, инвестиционная привлекательность

Keywords: public-private partnership, innovative development, technology-innovative zones, investment attractiveness

В современных условиях государство стремится находить новые способы взаимодействия с бизнесом на взаимовыгодных условиях. В связи с этим актуализируется проблема определения необходимых предпосылок успешного развития государственно-частного партнерства в сфере разработки и реализации инновационных проектов.

Российское государство осознает стратегическую значимость этого механизма и последовательно реализует весь комплекс правовых, институциональных, финансовых мер, направленных на развитие этого важного инструмента реализации государственной политики.

Проекты в рамках ГЧП позволяют добиться динамичного социально-экономического развития национальной и региональной экономики при условии повышения эффективности использования бюджетных средств и привлечения частных инвестиций, повышения качества услуг государственного сектора.

Преодоление существующего экономического кризиса возможно только при условии решительной активизации научно-технического потенциала экономики страны.

В период 2015-2016 гг. в России произошло улучшение инновационной среды, однако инновационная активность не увеличилась. Согласно «Национальному докладу об инновациях в России» за 2016 г., помимо роста спроса государства на инновационную продукцию, расходов на НИОКР в бюджетном секторе, наблюдалось снижение патентной активности, корпоративные расходы на НИОКР, количество инновационных компаний [2].

Существующая система законов, государственных Программ, институтов развития в лице государственных корпораций позволяет наладить работу по реализации инновационных проектов на основе ГЧП. Наиболее значимыми формами реализации инновационных проектов на основе механизмов ГЧП являются особые экономические зоны (ОЭЗ).

Далее остановимся на такой форме осуществления инновационного развития, как особые экономические зоны.

Формат особых экономических зон (ОЭЗ) предусматривает различные налоговые, таможенные и административные льготы ведения бизнеса и привлечения инвестиций, в том числе в инновационной сфере, а также строительство инфраструктуры за счет государственных средств. В РФ функционируют 26 ОЭЗ четырех типов: промышленно-производственные (10), технико-внедренческие (6), портовые (1), туристско-рекреационные (9) [1]. Особое значение для развития инновационных технологий имеют технико-внедренческие зоны, которые целенаправленно создаются для реализации инновационных проектов.

В настоящее время в РФ создано 6 ОЭЗ технико-внедренческого типа (Дубна, Москва (Зеленоград, ТВЗ «Зеленоград»), Санкт-Петербург (поселок Стрельна, зона «Нойдорф»), Томск, «Иннополис», «Исток» Фрязино).

Результаты Национального рейтинга инвестиционной привлекательности ОЭЗ России технико-внедренческого типа на основе выделения ряда параметров приведены в таблице 1.

Таблица 1. Позиции ОЭЗ в РФ технико-внедренческого типа в Национальном рейтинге инвестиционной привлекательности.

Наименование ОЭЗ	Итоговый балл	Инвестиционная привлекательность региона	Благоприятные условия для ведения предпринимательской деятельности	Обеспеченность ОЭЗ инфраструктурой	Земельные ресурсы	Инвестиционная активность резидентов ОЭЗ	Информационная открытость Интернет-портала
1 ГРУППА: Высокая инвестиционная привлекательность ОЭЗ (свыше 110%)							
ОЭЗ ТВТ «Дубна» (1)*	11,6	2,19	1,76	1,69	2,49	2,09	1,43
ОЭЗ ТВТ «Санкт-Петербург» (4)*	10,7	2,91	0,65	1,57	2,33	3,32	0,00
ОЭЗ ТВТ «Иннополис» (5)*	10,5	2,79	1,74	2,44	1,58	0,68	1,31
2 ГРУППА: Достаточно привлекательные с инвестиционной точки зрения ОЭЗ (от 90% до 109%)							
ОЭЗ ТВТ «Исток» (6)*	9,9	2,25	1,21	1,53	2,29	1,30	1,37
ОЭЗ ТВТ «Зеленоград» (10)*	8,8	2,97	0,30	2,15	2,31	1,15	0,00
3 ГРУППА: Умеренная инвестиционная привлекательность (ОЭЗ, находящиеся на стадии развития или требующие улучшения, менее 90%)							
ОЭЗ ТВТ «Томск» (13) *	8,0	1,95	0,96	2,10	1,22	1,81	0,00

Источник: Бизнес-навигатор по особым экономическим зонам России – 2017 / И.В. Голубкин, М.М. Бухарова, Л.В. Данилов и др.; Ассоциация кластеров и технопарков. – М.: АКИТ, 2017. – 148 с.

* (в скобках указано место технико-внедренческой зоны в Национальном рейтинге инвестиционной привлекательности ОЭЗ)

Основными показателями успешности развития ОЭЗ технико-внедренческого типа являются: 1) объем инвестиций, в том числе капитальных вложений, осуществленных резидентами ОЭЗ на территории ОЭЗ в соответствии с соглашениями об осуществлении деятельности в ОЭЗ, 2) объем иностранных инвестиций, привлеченных в проекты резидентов, 3) объем выручки резидентов ОЭЗ. Если использовать финансово-экономические показатели, то здесь пальма первенства принадлежит ОЭЗ «Санкт-Петербург», которая лидирует по показателям «объем иностранных инвестиций, привлеченных в проекты резидентов», что объясняется непосредственной близостью зоны к международным путям сообщения с Европейским регионом, «объем выручки резидентов ОЭЗ за 2016 год», «объем инвестиций, в том числе капитальных вложений, осуществленных резидентами ОЭЗ на территории ОЭЗ в соответствии с соглашениями об осуществлении деятельности в ОЭЗ». ОЭЗ «Дубна» занимает по этим показателям 2 место.

Другими показателями, свидетельствующими о степени результативности ОЭЗ технико-внедренческого типа, являются: «количество построенных и введенных в эксплуатацию объектов инфраструктуры» и «количество объектов инфраструктуры, строительство которых планируется». Здесь лидирующие позиции занимает ОЭЗ «Дубна»: «количество построенных и введенных в эксплуатацию объектов инфраструктуры», «количество объектов инфраструктуры, строительство которых планируется», тогда как другие ОЭЗ технико-внедренческого типа занимают значительно более скромные позиции в рейтинге.

Хотя ОЭЗ «Санкт-Петербург» является лидером по показателям, характеризующим результаты финансово-экономической деятельности, что объясняется тем, что данная зона расположена в одном из ведущих экономических центров страны и имеет очень выгодное географическое положение на путях пересечения различных видов сухопутного и морского транспорта, однако по количеству построенных и введенных в эксплуатацию объектов инфраструктуры и количеству резидентов данная зона занимает достаточно средние позиции. Лидер рейтинга – ОЭЗ «Дубна», хотя и имеет несколько более скромные достижения в финансово-экономической сфере (2 место), однако она, безусловно, первенствует по количеству построенных и введенных в эксплуатацию объектов инфраструктуры и количеству резидентов.

Среди основных факторов, оказывающих благоприятное влияние на результативность функционирования различных ОЭЗ, прежде всего выделяются: 1) средняя стоимость аренды земельного участка в ОЭЗ; доля занятых, имеющих высшее образование; 2) предельный срок подключения энергопринимающих устройств потребителей, дней; 3) продолжительность периода, необходимого для получения разрешения на строительство объекта промышленного и(или) технологического назначения; 4) наличие административных барьеров и избыточного регулирования бизнеса; 5) эффективность оказания государственной поддержки в ходе реализации инвестиционного проекта; 6) прозрачность деятельности региональных органов исполнительной власти в части поддержки бизнеса (баллы). Другие факторы имеют сравнительно меньшее влияние на результативность функционирования ОЭЗ и их позиции в национальном рейтинге.

Таким образом, накопленный опыт реализации проектов в инновационной сфере на основе механизмов ГЧП в форме особых экономических зон позволяет выделить следующие ключевые условия успеха:

1. Локализация проектов ГЧП в инновационной сфере с учетом уже имеющейся в регионе транспортной и коммуникационной инфраструктуры, наличия сети учреждений профессионального образования и научно-исследовательских институтов и центров;

2. Максимальное использование накопленного в регионе «человеческого капитала» в лице научных кадров и инженерно-технических специалистов;

3. Ориентация на поддержку тех инновационных проектов, которые учитывают региональную специфику ресурсной базы;

4. Обеспечение со стороны государства полного пакета услуг по сопровождению малых инновационных предприятий, вовлеченных в проекты ГЧП, включая юридическое, финансово-экономическое, маркетинговое, информационное и т.д.;

5. Создание эффективных систем государственного менеджмента в рамках ОЭЗ, технопарков по обеспечению реализации инновационных проектов: планирование и управление «портфелем проектов», структурирование взаимодействия между представителями государственных и муниципальных органов управления и частными партнерами, стимулирование участников проекта, обеспечение системы контроля и мониторинга реализации проектов на основе показателей эффективности;

6. Создание и развитие сетей взаимодействий между участниками проектов ГЧП, представителями федеральных, региональных, муниципальных органов власти с целью обеспечения финансовой, правовой, ресурсной поддержки.

Список литературы

1. Голубкин И.В., Бухарова М.М., Данилов Л.В. Бизнес-навигатор по особым экономическим зонам России – 2017. – М.: АКИТ, 2017. – 148 с.

2. «Национальный доклад об инновациях в России, выпуск №1», РВК, 2016 г. Mode of access: https://www.rvc.ru/upload/iblock/b70/NROI_RVC.Pdf. Date of access: - 11th of April, 2018. («Natsionalnyy doklad ob innovatsiyakh v Rossii, vypusk №1»), RVK, 2016 g. (https://www.rvc.ru/upload/iblock/b70/NROI_RVC.pdf)

**РАЗВИТИЕ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
DEVELOPMENT OF THE NET TRADE OF REPUBLIC BELARUS**

**Гурская Светлана Петровна
Hurskaya Sviatlana Petrovna**

*Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»,
Республика Беларусь, Гомель
Belarusian trade and economic university of consumer cooperatives, Republik of Belarus, Gomel
(e-mail: kafedra-kitt2007@rambler.ru)*

Аннотация: Определены роль и место сетевой торговли в экономике страны. Представлены этапы становления и роста отечественных торговых сетей, выявлены перспективы их дальнейшего развития.

Abstract: The leading role and the place of net trade in the economy of the country. The stages of formation and increase in the domestic retail outlet networks are represented, the prospects for their further development are revealed.

Ключевые слова: розничная торговля, сетевая торговля, торговые сети, формат торговли.

Keywords: retail trade, net trade, retail outlet networks, the size of trade.

Интенсивное развитие сетевой торговли, активные процессы концентрации являются характерными для современного мирового рынка розничной торговли.

Выделен и новый сегмент мирового потребительского рынка – сетевой ритейл, под которым понимают крупную, основанную на централизованном руководстве и единых стандартах обслуживания, торговую сеть, объединяющую организации розничной и оптовой торговли, объекты общественного питания и сферы услуг, деятельность которых характеризуется значительными оборотами продукции и рассчитана на определенный сегмент покупателей, что позволяет раскрыть специфику и организационно-экономические основы его функционирования, а также определить его место и роль на современном потребительском рынке региона, отдельной страны или мирового пространства [1].

Мировой сектор розничной торговли превращается в индустрию реализации экономики впечатлений, когда товаром становится не столько материальный объект, а сколько ощущения, впечатления, которые испытывают покупатели от их приобретения и спектра оказываемых услуг. Следовательно, сетевым продуктом является сама розничная торговля, а не товары и услуги, которые она предлагает покупателям. Сетевой продукт – это бренды, используемые для «притягивания покупателей к предлагаемым торговой сетью товарам и услугам, для создания лояльности покупателей. Поэтом, создание, использование и усиление брендов служит одной из основ успешного развития розничной торговой сети [2].

Одной из самых быстрорастущих сфер белорусского бизнеса является розничная торговля. Во многом стратегия развития торговой инфраструктуры в стране повторяет модель развития сетевой торговли в Европе, но с приличным отставанием.

В развитии отечественной сетевой торговли выделяют два этапа.

Первый этап (2005-2011 гг.) – появление сетевого ритейла. В этот период по отношению к сетевым организациям наблюдалось: административное регулирование цен; завышенные ожидания от крупных форматов (гипер- и супермаркетов); низкая маркетинговая культура.

Второй этап (2011 г. - и по настоящее время) – период бурного развития отечественного сетевого ритейла, характеризующийся:

разрастанием отечественных торговых сетей и консолидацией отрасли, в том числе за счет активного строительства новых торговых площадей и торговых объектов различных форматов;

активным продвижением торговых сетей в регионы, что подразумевало активное открытие региональных представительств (в городах с населением от 100 тыс. чел. и достаточно высоким уровнем доходов);

привлечением иностранных экспертов к созданию сетевых организаций, учитывая отсутствие профессиональных знаний и практических навыков у отечественных специалистов в организации сетевой торговли;

преобладанием доли крупных форматов в розничном товарообороте республики, хотя в мире развитие розничных торговых сетей происходит за счет малого формата;

ростом сегмента Privat Label или СТМ (собственная торговая марка) в розничном товарообороте торговых сетей. Если в Европе СТМ занимают более 30 % в обороте ритейлеров, то в Беларуси только 9 %. Самыми популярными категориями для СТМ в Беларуси являются бакалея, молочные продукты и гигиенические принадлежности.

В настоящее время в отрасли сложился круг основных ритейлеров – крупных сетевых организаций: в сегменте продовольственной розницы – торговые сети «Евроопт», «Корона», «Гиппо», «Соседи», «Алми» и др., в торговле непродовольственными товарами – «Остров чистоты», «ОМА», «5 элемент», «Мила», «Буслік» и др.

В белорусском продуктовом ритейле есть очевидный лидер – сеть магазинов Евроопт с годовым оборотом по итогам 2015 г. – 1,88 млрд долл. (согласно данным Минфина Республики Беларусь). Она занимает более 19% доли отечественного рынка продуктовой розницы. Евроопт сегодня по масштабу торговой сети и розничному товарообороту сопоставим с крупнейшими сетями Украины и Прибалтики, что говорит о торговой компании как о серьезном национальном игроке. Кроме того, Евроопт первым из белорусских частных компаний разметил свои ценные бумаги на мировом рынке займов и на выгодных условиях привлек в Беларусь иностранные инвестиции. Это был настоящий успех отечественной компании, отмеченный международной наградой за лучший дебют на мировых финансовых рынках среди бизнес-структур стран Восточной Европы.

Следует отметить, что розничная торговля большей части форматов представлена белорусскими торговыми организациями (частными и государственными). В Беларуси есть региональные активно развивающиеся торговые сети, составляющие весомую конкуренцию республиканским сетям и имеющие значительные перспективы роста. Это «Продукты», «Белмаркет», «Сант&Кэш», «Виталюр», «Дионис» и др.

Кроме того, на белорусский рынок уже пришли такие зарубежные сети, такие как: Mart Inn (принадлежит акционерам литовской сети Maxima) и Rimi (Латвия), магазины обуви, детских вещей и игрушек «Kagi» (инвестирует бывший совладелец российской сети «Эльдорадо» Игорь Яковлев), сеть «Мила», которую с 2007 года формируют дистрибьюторы продукции мирового гиганта Henkel Group, становится в Беларуси первенцем формата «дрогери» (Германия, Россия), сеть магазинов товаров для дома JYCK (Дания), Inditex (Испания).

В 2019 году российская сеть «Детский мир» открыла в Беларуси первый магазин под брендом «Детмир». Новое наименование соответствует названию сайта detmir.ru в России и detmir.by в Беларуси и отражает принципы омниканальной стратегии бизнеса и современные тренды упрощения и сокращения привычных названий. В сети «Детмир» в Беларуси представлен ассортимент товаров для детей от 0 до 12 лет: одежда и обувь, товары и питание для новорожденных, игрушки для мальчиков и девочек, товары для раннего и школьного развития детей и подростков – всего более 30 тысяч наименований.

Приход на белорусский рынок российских и зарубежных сетей свидетельствует о его привлекательности, несмотря на то, что белорусский рынок слишком мал (с точки зрения численности населения) и потому не очень интересен для крупных торговых сетей; а также

у инвесторов все еще нет твердой уверенности в белорусской экономической и правовой стабильности.

Всего сетевым ритейлерам принадлежит более 28 546 магазинов. Это 65,3% от общего числа всех торговых объектов в Беларуси. Торговая площадь «сетевиков» на начало 2018 года превысила 3,6 млн. кв. м, или 83% от общей торговой площади всех магазинов. Тем не менее, на сегодняшний день Беларусь отстает по показателю обеспеченности торговыми площадями и их качеству относительно показателей даже СНГ, не говоря о мировых индексах GLA. На сегодняшний день, данный показатель составляет 710 кв. м на 1000 человек. Это говорит о том, что покупатель Беларуси пока не обеспечен достаточным количеством качественных магазинов, что ограничивает его выбор.

Доля сетевых игроков в розничном товарообороте республики составляет более 30 %. Общемировой порог по антимонопольному регулированию для одного торгового оператора составляет 30%, в то время как общая доля 10 торговых сетей в Беларуси не достигает 26%. Для сравнения: в Европе данный показатель составляет 70-80%, в России – около 40% , в Украине – 60% [3].

Для белорусского рынка розничной торговли характерна особенность, которая заключается в том, что многие крупные ритейлеры являются сегодня и основными девелоперами, и наоборот. Особенно эта ситуация характерна для регионов. Крупным торговым организациям, желающим развиваться в регионах, проще самим строить здания под свои магазины, а оставшуюся площадь сдавать в аренду, чем искать подходящий для них свободный вариант в примечательном месте. С другой стороны, некоторые застройщики после сдачи объектов сталкиваются с ситуацией невысокого спроса на возведенные площадки, и им становится выгодней самостоятельно осваивать торговые помещения и открывать в них магазины.

С 2012 года в Беларуси работает Ассоциация розничных сетей – некоммерческая организация, объединяющая сегодня 17 торговых сетей, включающих 965 торговых объектов (в т.ч. 926 продовольственных) с торговой площадью свыше 600 тыс. кв. м, где работает около 60 тыс. человек. Участники Ассоциации являются крупными налогоплательщиками для республиканского и местного бюджетов. Ассоциация активно сотрудничает с государственными органами, участвуя в оценке регулирующего воздействия нормативных актов на субъекты торговли, представляет и защищает интересы своих участников [3].

Действующие нормативные акты, формально создавая равные условия, на самом деле являются льготными для крупных торговых сетей, но дискриминационными для малых и средних предпринимателей.

В связи с этим, Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (далее – МАРТ) приступило к обсуждению документа об усилении госрегулирования торговых сетей. Эти изменения коснутся следующих аспектов деятельности сетевых структур.

Действующим законодательством установлено инфраструктурное ограничение развития торговых сетей при достижении доли 20 % в объеме розничного товарооборота в определенном регионе [4].

МАРТ предлагает новую концепцию проекта нормативного правового акта о противодействии монополизации в области торговли. Согласно концепции, торговая сеть, доля которой в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в Беларуси за предыдущий финансовый год превышает 15 %, признается занимающей доминирующее положение на потребительском рынке, является монополистом в масштабах страны и должна будет выполнять определенные требования, предъявляемые к ее торговой деятельности [5].

Возможные изменения могут коснуться и рекламных игр, которые регулярно проводят многие торговые сети. Предполагаемые ограничения выглядят так: рекламную игру с призовым фондом 3000 базовых величин (76 500 белорусских рублей) можно будет проводить только раз в год, а рекламные игры с призовым фондом более 100 000 базовых (2

550 000 белорусских рублей, что в эквиваленте составляет 1 млн. 250 тыс. долларов) вообще запретят.

Предлагается также ограничить расходы на рекламу для торговой сети-доминанты (не более 0,5 % выручки от реализации).

Для прогнозирования дальнейшего развития рынка сетевой розничной торговли представим оценку ее текущего состояния по матрице SWOT-анализа (таблица 1).

Таблица 1. SWOT-анализ белорусского рынка сетевой розничной торговли

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<ul style="list-style-type: none"> - налаженная схема работы в условиях белорусской экономики (логистика, поставщики, клиентская база); - удалось уйти от диктата производителей, которые могли необоснованно поднимать цены; - увеличение реальных доходов населения; - это сращивание классической розницы и интернета. Сетевые ритейлеры вынуждены давать покупателям выбор, где совершать покупки – в виртуальном или реальном магазине; - обеспечение занятости населения (в торговых сетях работает более 100 000 чел) 	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие дешевых инвестиционных ресурсов; - слабая автоматизация торгово-технологических процессов торговли; -сравнительно низкий уровень доходов привел к тому, что торговля продовольственными товарами развивается более быстрыми темпами, чем торговля непродовольственными товарами; - отсутствие серьезной аналитики: пока не у всех сетей работают в штате аналитики, которые занимаются изучением оборачиваемости и продаж; - отсутствие квалифицированных кадров в области управления процессами в сетевой розничной торговле; - слабое развитие мультиформатности сетевой торговли; - небольшое количество магазинов, составляющих розничную сеть
<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
<ul style="list-style-type: none"> - белорусский рынок розничной торговли остается ненасыщенным с точки зрения торговой площади на душу населения (710 м²/1000 чел.); - степень концентрации рынка мала: на долю ведущих продовольственных сетей приходится менее 30% рынка, что говорит о сохраняющемся потенциале их роста; - привлечение прямых иностранных инвестиций 	<ul style="list-style-type: none"> -отсутствие дешевых инвестиционных ресурсов; - дальнейшее удорожание земли; - рост ставок арендной платы; - усиление государственного регулирования работы торговых сетей. -приоритет у определенного количества отечественных производителей ориентации на рынок Российской Федерации, как следствие, рост цен на их товары на внутреннем рынке.

В заключение статьи следует отметить, что основным способом увеличения эффективности функционирования торгового бизнеса в условиях растущей конкуренции стала сетевая торговля, основанная на принципе горизонтальной интеграции системы товародвижения.

Появление сетевых структур на розничном рынке привело к ряду важных последствий для развития торгового бизнеса в стране: во-первых, применение новых технологий продаж (прежде всего, мерчандайзинга), опыт организации крупномасштабных торговых организаций, дальнейшее развитие торговой инфраструктуры; во- вторых, это умение поддерживать приемлемые цены при высоком качестве предлагаемых товаров и услуг; в- третьих, потребители стали более требовательны к продукции, услугам и брендам и все чаще используют цифровые инструменты.

Задачи дальнейшего развития сетевого ритейла будут лежать в области взаимоотношений с покупателями и совершенствования торгово-технологических процессов:

усилится роль автоматизации торгово-технологических процессов и аналитики в принятии решений по ассортименту, работе с поставщиками и покупателями;

усилится роль цифровых каналов в продвижении и коммуникациях с покупателями;

будет происходить дальнейшее развитие программ лояльности и персонализации в коммуникациях с клиентом.

Список литературы

1. *Ахмедзянова Р.М.* Международный опыт развития розничных торговых сетей // Вестник Тюменского государственного университета. Социология. 2014. № 8. С. 85-92.

2. *Хасис Л.А.* Розничные торговые сети в современной экономике. М.: Едиториал УРСС, 2004. 80 с.

3. *Фридкин Л., Закжевская Т.* Ритейл-2015: итоги 5 лет //2015/ <http://www.Retailmarketing.by> (дата обращения 20.04.2019).

4. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: закон Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-3 (с измен. и доп.) //КонсультантПлюс:Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] /ООО «ЮрСпектр», Нац.центр правовой информ. Респ. Беларусь.– Минск, 2019.

5. В МАРТе начали публичное обсуждение документа об усилении госрегулирования торговых сетей //2019. https://belretail.by/news/v-marte-nachali-publichnoe-obsujdenie-dokumenta-ob-usilenii-gosregulirovaniya-torgovyih-seteyutmcampaign=belretailbyjanuary2019&utm_source=sendpulse&utm_medium=email&spush=a2FmZWRyYS1raXR0MjAwN0ByYW1ibGVyLnJl (дата обращения 20.04.2019).

УДК 65.012.27

АДАПТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ ADAPTIVE MANAGEMENT OF STRATEGIC STABILITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES UNDER COMPETITION CONDITIONS

Зотов Владимир Владимирович
Zotov Vladimir Vladimirovich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: vvezotov777@yandex.ru)

Аннотация: В статье рассмотрены особенности выживания организации в условиях конкурентной среды с помощью системы адаптивного управления, ориентирующейся на обеспечение стратегической устойчивости предприятия.

Abstract: The article discusses the features of an organization's survival in a competitive environment using an adaptive management system that focuses on ensuring the strategic sustainability of an enterprise.

Ключевые слова: адаптивное управление, стратегическая устойчивость, производственный процесс, инновационные методики, выживание организации.

Keywords: adaptive management, strategic sustainability, production process, innovative methods, organization survival.

Характерной особенностью современного этапа развития экономики является высокая нестабильность экономической среды. Это приводит и к нестабильности внутренней среды организации. Руководителям промышленных организаций зачастую сложно принимать решения. С одной стороны, можно продолжать использовать накопленный опыт, обеспечивающий повышение эффективности использования внутренних ресурсов организации и дающий высокие результаты в стабильных условиях функционирования. Есть и другой вариант: ориентироваться на развитие инноваций и переходить к системам управления, которые настроены на использование возможностей, открывающихся во внешней среде организации. Длительное пребывание в условиях высокой неопределенности и риска заставляет руководителей организаций пересматривать стратегии своего поведения в направлении поиска таких систем управления, которые бы обеспечивали организации высокие адаптивные возможности реагирования на различные внешние изменения. Нестабильность, в свою очередь, представляется нам формой проявления нарастающей качественной неопределенности [2].

Организация должна постоянно контролировать любые изменения факторов внешней макро- и микросреды с одной целью: уловить зарождающиеся тенденции. Скорость, с которой происходят изменения в мире, их чрезвычайная сложность и взаимосвязь со всеми сферами жизни человека, обуславливают необходимость постоянного поиска новых, более эффективных, соответствующих требованиям сегодняшнего дня теорий, методов и инструментов управления деятельностью промышленных организаций.

Начиная с 80-х годов XX века, в теории и практике менеджмента на первое место выходит проблема построения адаптивной стратегии, способной обеспечить предприятию устойчиво высокие показатели развития в условиях непрерывных изменений внешней среды.

Необходимо определить благоприятные условия, которым должно отвечать предприятие и управление им, чтобы достичь стратегической устойчивости. Эти условия затрагивают маркетинговую и производственную деятельность предприятия, его финансовую, инвестиционную и инновационную активность, организационную культуру [4].

Решение проблемы требует использования современной управленческой парадигмы, основанной на применении концепции жизненного цикла организаций, позволяющей учесть особенности организационного развития при разработке стратегий.

Согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. Правительством Российской Федерации создаются условия для модернизации и инновационного развития промышленных предприятий, разрабатываются меры по стимулированию спроса на отечественную промышленную продукцию. Однако попытки стимулирования развития инновационной деятельности наталкиваются на серьезное сопротивление персонала и низкую степень восприимчивости новшеств со стороны самих предприятий. Устойчивое развитие для них возможно лишь при условии создания современных моделей стратегического управления, которые, с одной стороны, обеспечивают внутреннюю стабильность, а с другой - направлены на преодоление инертности через стимулирование инновационной активности предприятия и повышение его восприимчивости к нововведениям.

Адаптивное управление является отдельным видом управления, а именно, гибким, инновационным управлением промышленными предприятиями, способными приспособиться к новой обстановке (конкурентной и внутренней среде с изменением планов и моделей в зависимости от ситуации: в период выхода предприятия из кризиса или при внедрении инноваций, или в случае осуществления организационного изменения) с помощью новых инструментов и методов управления.

Адаптивное управление аккумулирует знания о состоянии и развитии системы управления, методах и инструментах его применения в системных объектах, позволяет перейти от эмпиризма в теории и практике управления к профессионализму деятельности менеджеров, то есть к научно обоснованному выполнению управленческой деятельности.

Цель адаптивного управления заключается в поиске наиболее эффективных вариантов принятия и исполнения решения, направленных на функционирование и развитие промышленных предприятий в конкурентной среде [1].

Задачами адаптивного управления является реализация цели функционирования и развития промышленного предприятия, на основе формирования методологии, организации процесса адаптивного управления, разработки теоретических и практических механизмов реализации управления по стабилизации положения промышленного предприятия в конкурентной среде, оценки адаптивности модели управления на основе ранжирования промышленных предприятий с использованием параметризации адаптивной модели.

Главный метод развития систем адаптивного управления - анализ и обобщение практического опыта промышленных предприятий, которые несмотря на конкуренцию в условиях кризиса превращают работу по развитию систем управления в высокоинтеллектуальный труд.

Сущность процесса адаптивного управления на промышленном предприятии рассматривается как последовательность первых трех фаз становления системы стратегического управления. Адаптивное управление рассматривается как способ, обеспечивающий выполнение стратегической цели, а именно - выживание организации в условиях сложной и неопределенной внешней среды. Система адаптивного управления ориентируется на достижение стратегических целей предприятия и подразумевает применение в процессе управления следующих основных принципов [6]:

- 1) интеграция различных подходов к управлению;
- 2) обоснование и согласованность планов управления предприятием, внутрифирменное планирование;
- 3) обеспечение организационного взаимодействия внутри предприятия, максимальная информатизация системы;
- 4) мотивация, учет, контроль и анализ;
- 5) гибкая организационная структура;
- 6) интеграция исследовательских, управленческих и учебных аспектов;
- 7) системная организация инноваций.

Для того, чтобы процесс адаптации к динамично трансформирующимся условиям окружающей среды был целенаправленным, им необходимо управлять. В условиях быстро меняющейся ситуации, как за пределами предприятия сферы услуг, так и внутри требуется особый подход к организации системы внутрифирменного управления этими субъектами хозяйственной деятельности, что обусловлено существующей для них необходимостью гибко реагировать на перемены и адаптироваться к ним с целью предотвращения кризисной ситуации и продолжения успешного функционирования. Задача адаптивного управления - это задача управления в условиях неопределенности и повышенного риска. Эту задачу можно решать поэтапно:

- изучить объект и окружающую среду с целью определения неизвестных параметров;
- одним из традиционных методов найти алгоритм управления.

При адаптивном управлении алгоритм выработки управленческих воздействий автоматически меняется в процессе функционирования системы управления. Общий алгоритм такого управления имеет двухуровневую систему: регулирования и адаптации; и называется алгоритмом адаптивного управления. Соответственно, динамическая система, состоящая из объекта управления и устройства регулирующего алгоритм адаптивного управления, называется адаптивной системой управления. Необходимо отметить, что применение адаптивной системы управления подразумевает стремление экономической системы к самоорганизации, поскольку усиление давления со стороны внешней среды вызывает необходимость роста самоорганизации этой системы.

Важно отметить, что адаптивное управление должно быть ориентировано как на текущие, так и на будущие изменения окружающей и внутренней среды предприятий. Это

позволит предприятиям угадать вероятные направления изменений и «оседлать» их «первую волну» для того, чтобы достичь своих целей.

Текущая адаптация осуществляется в непрерывном режиме, в то время как циклическая адаптация осуществляется в дискретном режиме. При этом целью циклической адаптации является создание определенного запаса возможностей для осуществления текущей адаптации предприятия. По способу реализации адаптация может осуществляться путем изменения внутренних параметров системы путем структурных преобразований или путем изменения силы входного сигнала [7].

Важной проблемой адаптивного управления на современном этапе ее развития является неоднозначность толкования его предмета. Сложность данного вопроса состоит в том, что категория адаптивного управления, по мнению большинства авторов, трактуется как совокупность действий и методов, характеризующихся способностью управляющей системы реагировать на изменение внешней среды.

Механизм взаимодействия теории и практики адаптивного управления сводится к измерению состояния промышленного предприятия, технологизации различными сфер деятельности и росту профессиональной компетенции менеджеров. Основную роль в реализации адаптивного управления играет управленческое решение.

В заключение статьи следует отметить, что суть стратегического подхода к участию промышленного предприятия в конкурентной борьбе состоит в реализации действий стратегического характера в направлениях формирования и использования конкурентных преимуществ. Такой подход позволяет реализовать целенаправленную конкурентную стратегию, воспринимаемую как последовательность целенаправленных действий по формированию, актуализации и экономически эффективному использованию конкурентной компетенции промышленного предприятия как системы его конкурентных преимуществ функционального и системного характера.

Основными целями разработки и реализации конкурентной стратегии промышленного предприятия являются: повышение результативности создания и воспроизводства конкурентных преимуществ предприятия в корпоративной бизнес-модели; повышение результативности разработки конкурентной стратегии; повышение экономической эффективности реализации конкурентной стратегии; повышение информационной эффективности контроля реализации конкурентной стратегии.

Список литературы

1. Уколов В.Ф. Теория управления: Учеб. для вузов/ В.Ф. Уколов., А.М. Масс, И.К. Быстряков.- 3-е изд., доп. – М.: ЗАО «Издательство Экономика», 2017. 234 с.
2. Байделл Т. Как улучшить управление организацией. - М.: Инфра-М, 2015. 167 с.
3. Завалин П.Н. Инновации - современный подход к управлению производством. - К.: МАУП, 2013. 235 с.
4. Лысоченко А.А., Свиридов О.Ю. Теоретические основы стратегического управления: Учебник / А.А. Лысоченко, О.Ю. Свиридов. - Ростов н/Д.: Содействие–XXI век, 2016. 420 с.
5. Бушмелева Г.В., Батов А.А. Методика оценки результативности промышленных корпораций на основе показателей управленческого учета // Реальный сектор экономики: теория и практика управления. – Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 2005. – №1-2.
6. Бушмелева Г. В., Солодянкина О. В. Моделирование поддержки исполнения решения по результатам оценки системы управления промышленного предприятия //Вестник Ижевского государственного технического университета. – 2008 . – № 1.
7. Кириллова Т.М. Реструктуризация предприятий промышленного комплекса как основа развития региональной экономики в условиях кризиса. Дис. ... канд. экон. наук. Чебоксары: ФГОУ ВПО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова», 2010. 52 с.

**ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СТУДЕНТОВ ПЕДВУЗА РАЗЛИЧНЫХ
СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ И УРОВНЕЙ ОБУЧЕНИЯ
THE CREATIVE POTENTIAL OF STUDENTS OF PEDAGOGICAL UNIVERSITIES OF
DIFFERENT SPECIALTIES AND LEVELS OF TRAINING**

**Кайтукова Захира Хазметовна, Лапшина Дарья Владиславовна
Kaitukova Zakhira Khazmetovna, Lapshina Darya Vladislavovna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: ikaitukova@mail.ru, d_v_o@bk.ru)*

Аннотация: В статье представлены теоретические подходы к рассмотрению проблемы творческого потенциала будущих педагогов. Дается определение понятия «творческий потенциал личности будущих педагогов» в контексте одного из подходов. Представлена модель творческого потенциала, включающая наряду с операциональным и профессиональным компонентами – личностный, различные показатели этих компонентов. Представлены результаты эмпирического исследования особенностей операционального и профессионального компонентов творческого потенциала у будущих педагогов различных уровней обучения и специальностей.

Abstract: The article presents theoretical approaches to the problem of creative potential of future teachers. The definition of the concept "creative potential of future teachers" in the context of one of the approaches is given. The model of creative potential including along with operational and professional components – personal, various indicators of these components is presented. The results of empirical research of features of operational and professional components of creative potential at future teachers of various levels of training and specialties are presented.

Ключевые слова: потенциальное; творческий потенциал; личностный, профессиональный, операциональный компоненты творческого потенциала, абнотивность, надситуативное мышление, профессиональная мотивация, интеллект, креативность.

Keywords: potential; creative potential; personal, professional, operational components of creative potential, absotively, newsituation thinking, professional motivation, intelligence, creativity

В условиях современной социокультурной, экономической ситуации особое значение приобретают исследования творческого потенциала студентов, будущих специалистов, педагогов в том числе, способных отвечать на вызовы времени и быть конструктивным в решении стоящих перед ним профессиональных задач. Происходящие в сфере образования процессы модернизации обусловлены такими, декларируемыми в образовательных стандартах целями, как воспитание педагогических кадров, способных к развитию как собственного творческого потенциала, так и воспитанников, успешное решение которой зависит от параметров образовательной среды высших учебных заведений, характера взаимодействия всех её субъектов.

Несмотря на значительное количество изданных научных трудов известных психологов и педагогов (Б. Г. Ананьева, А. А. Вербицкого, П. Я. Гальперина, В. В. Давыдова, В. И. Загвязинского, Н. В. Кузьминой, Н. Д. Левитова, А. К. Марковой, Д. Б. Эльконина и других), на многие вопросы, связанные с пониманием и изучением творческого потенциала, пока отсутствуют ответы. Одним из таковых является вопрос того, что входит в состав творческого потенциала будущего педагога? Каким образом его оценивать? В чем состоит особенность творческого потенциала личности педагогов различных специальностей и уровней обучения.

На сегодняшний день творческий потенциал личности не имеет однозначного толкования, т.е. общепризнанного определения [2]. Сторонники деятельностно – организационного подхода оценивают данное явление как качество, характеризующее меру возможностей личности осуществлять деятельность творческого характера (Г.С.Альтшуллер, И.О.Мартынюк, В.Г.Рындак и др.). С позиций онтологического методологического подхода творческий потенциал личности – это свойство индивида, определяющее меру его возможностей в творческом самоосуществлении и самореализации (М.В.Копосова, В.Н.Николко и др.). Развивающий подход, отождествляющий потенциальное и актуальное, состоит в рассмотрении потенциала как совокупности реальных возможностей, умений и навыков, определенный уровень их развития (О.С.Анисимов, В.В.Давыдов, Г.Л.Пихтовников и др.). Аксиологический подход – предположение, что творческий потенциал – совокупность умений и навыков, идеальных моделей, самостоятельно выработанных личностью (М.С.Каган, А.В.Кирьякова и др.) [3], [5].

Под потенциалом понимается «совокупность имеющихся средств, возможностей в какой-либо области...» [3]. Такое понимание потенциального не дифференцировано и объединяет все, что характеризует субъекта деятельности: то, что реализовано, и то, что еще не реализовано [4]. В контексте данного подхода широкое, недифференцированное определение понятия «творческий потенциал» может быть таким: творческий потенциал – это совокупность психических свойств и способностей, обеспечивающих возможность выхода за рамки достигнутого во внешней деятельности и саморазвитии. [1].

Узкому пониманию творческого потенциала студента вуза будет соответствовать следующая формулировка: совокупность психических свойств и способностей, существующих в трех основных модальностях: 1) качества сформированные, но не реализующиеся в деятельности; 2) реализующиеся, но слабо развитые; 3) необходимые в будущей творческой педагогической деятельности, но в данный момент времени отсутствующие (связанные с эталоном профессионализма).

На основе теоретического анализа литературы были выделены составляющие творческого потенциала будущего педагога и раскрыто их содержание.

В структуру творческого потенциала личности учителя наряду с операциональным (интеллект, креативность), входит профессиональный компонент (абнотивность, надситуативное педагогическое мышление, профессиональная мотивация) и личностный компонент (творческая мотивация, качества креативной личности: интуиция, эмоциональность, оригинальность, чувство юмора, любознательность, духовно-нравственный потенциал как отношение к универсальным ценностным основаниям).

Эмпирическое исследование развития показателей профессионального и операционального компонентов творческого потенциала будущих педагогов проводилось нами на выборках студентов-бакалавров педагогического вуза (ГАОУ ВО МГПУ), будущих педагогов начального образования, студентов-бакалавров из института дизайна как будущих преподавателей дизайна (ГАОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина), студентов-магистров и бакалавров, будущих преподавателей русского языка и литературы (ФБГОУ ВО МПГУ). В выборку вошло 115 студентов 2 курса бакалавриата и 1 курса магистратуры в возрасте от 17 до 23 лет обоего пола. Объектом исследования является творческий потенциал личности студента, будущего педагога, предметом исследования – особенности операционального и профессионального компонентов творческого потенциала личности студентов, будущих педагогов различных специальностей и уровней обучения.

В качестве гипотезы выступило предположение о том, что существуют различия в уровне развития показателей операционального и профессионального компонентов творческого потенциала будущих педагогов разных специальностей и уровней обучения.

Для определения показателей операционального и профессионального компонентов творческого потенциала нами использовались такие методики, как «Выявление ситуативного/надситуативного уровня педагогического мышления» (Кашапов М.М., Киселева Т.Г.) (для диагностики надситуативности мышления), методика «Краткий

ориентировочный, отборочный тест, В.Н. Бузина, Э.Ф. Вандерлика» для диагностики интеллекта, методика «Мотивация профессиональной деятельности», методика выявления невербальной креативности Торренса, методика когнитивного аспекта абнотивности М.М. Кашапова, творческое отношение к профессии выявлялось посредством методики «Диагностика творческих склонностей» Н.В.Вишняковой.

В ходе сравнительного анализа профессионального и операционального компонентов творческого потенциала будущих педагогов различных уровней обучения, проведенного в рамках нашего эмпирического исследования, были выявлены значимые различия в обоих показателях (креативность и интеллект) операционального компонента творческого потенциала (таблица 1). В группе магистров средние показатели интеллектуального развития значимо выше, а показатели невербальной креативности – ниже, чем у бакалавров. В структуре мотивации бакалавров и магистров также были выявлены различия. У бакалавров выше показатели внешне-отрицательной профессиональной мотивации по сравнению с магистрами, у них в качестве стимула профессиональной деятельности значительную роль играет стремление избежать внешней критики, взысканий от коллег и со стороны начальства. Причем это должно отличать мотивацию «идеального педагога», в представлении бакалавров. У магистров выше уровень абнотивности, то есть умения «различать» и готовности развивать творческий потенциал у будущих воспитанников.

Таблица 1. Различия в показателях профессионального и операционального компонентов творческого потенциала будущих педагогов различных уровней обучения

Показатели	Бакалавры	Магистры		
операциональный компонент	Среднее - 1	Среднее - 2	t-знач.	P
Интеллект	24,32	27,4	-2,1	0,04
Креативность	1,55	1,1	2,33	0,03
профессиональный компонент	Среднее - 1	Среднее - 2	t-знач.	P
надситуативное мышление	10,92	11,6	-0,52	0,6
внутренняя мотивация	4,29	4,5	-0,53	0,6
внешне отрицательная мотивация	3,62	2,5	2,26	0,04
внутренне положительная мотивация	3,86	3,6	0,46	0,64
внутренняя мотивация «идеального педагога»	4,89	5	-0,51	0,61
внешне отрицательная мотивация «идеального педагога»	3	1,67	2,6	0,01
внутренне положительная мотивация «идеального педагога»	3,31	2,96	0,57	0,57
абнотивность	12,32	15	-2,18	0,04

В группах будущих педагогов различных специализаций (преподавание дисциплин художественного цикла и дизайна и преподавание русского языка) были установлены значимые различия в уровне развития интеллекта и креативности (оба показателя выше в группе дизайнеров) (таблица 2). Внешне отрицательная мотивация профессиональной деятельности превалирует у будущих учителей русского языка. Бакалавров-дизайнеров отличает более высокий уровень развития надситуативного педагогического мышления, то есть готовности действовать не спонтанно, а более взвешенно в педагогических ситуациях, исходя из рефлексии вызвавших их причин. Это связано с более высокими показателями развития интеллекта у бакалавров института дизайна, позволяющими выделять существенные признаки педагогической ситуации и видеть факторы, ее порождающие. Согласно полученным данным у бакалавров-дизайнеров значимо ниже уровень внешне

отрицательной мотивации, в структуре их профессиональной мотивации выше удельный вес внутренней мотивации, связанной с интересом к процессу деятельности. Вследствие этого можно предположить, что опасения порицания извне будут играть незначительную роль как стимулы педагогической деятельности бакалавров-дизайнеров в отличие от увлеченности процессом преподавания (ВМ) и ожидания поощрения (ВПМ).

Таблица 2. Различия в показателях профессионального и операционального компонентов творческого потенциала будущих педагогов различных специальностей (преподавателей русского языка и литературы и предметов художественного цикла)

Показатели	Бакалавры-дизайнеры	Бакалавры-лингвисты		
операциональный компонент	Среднее - 1	Среднее - 2	t-знач.	P
краткий ориентировочный тест	30,9	24,32	6,95	0,01
креативность	1,5	1,16	2,34	0,01
профессиональный компонент	Среднее - 1	Среднее - 2	t-знач.	P
надситуативное мышление	12,80	11,04	2,09	0,04
внутренняя мотивация	4,64	4,29	1,09	0,29
внешне отрицательная мотивация	2,57	3,61	-2,08	0,05
внешне положительная мотивация	3,7	3,9	-0,27	0,79

Таким образом, согласно проведенному исследованию, творческие потенциалы студентов-бакалавров и магистров, будущих педагогов различаются по уровню показателей его профессионального и операционального компонентов. Уровень интеллекта выше у магистров, тогда как показатель креативности выше у бакалавров. Творческие потенциалы бакалавров, будущих педагогов различных специальностей также отличаются по уровню образующих их показателей. Бакалавры-дизайнеры более креативны, чем будущие преподаватели русского языка, что может объясняться характером их активности в ходе профессионального обучения, выполнением большого числа авторских художественных проектов не репродуктивного характера, стимулирующих оригинальность. Таким образом, как и предполагалось, операциональный и профессиональный компоненты творческих потенциалов будущих педагогов различных специальностей и уровней обучения различны уровню составляющих их показателей.

Список литературы

1. *Богоявленская Д. Б.* Исследование творчества и одаренности в традициях процессуально-деятельностной парадигмы / Д.Б. Богоявленская // *Современные концепции одаренности и творчества* / Под ред. Д.Б. Богоявленской. – М.: Молодая гвардия, 1997. С. 328
2. *Жизненные перспективы учащейся молодежи: ценности и смыслы бытия: коллективная монография* / Под ред. О.И. Ключко. М.: МГПУ, 2015. 224 с.
3. *Лебедев С.А.* Философия науки: словарь основных терминов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Академический Проект, 2006. 320 с.
4. *Романова М. А.* Психолого-педагогический потенциал личности учителя: теоретические основы и модель // *European Social Science Journal* («Европейский журнал социальных наук»). № 10 (13). 2011. С. 103.
5. *Яцкова О.Ю.* Анализ понятия «творческий потенциал» в современной педагогической литературе [Текст] // *Педагогика: традиции и инновации: материалы II междунар. науч. конф.* (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2012. С. 25.

ТРИАДА «РУКОВОДСТВО – ПОДЧИНЕНИЕ – ИСПОЛНЕНИЕ» И ЕЁ СТИЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ
THE TRIAD «LEADERSHIP – SUBORDINATION – PERFORMANCE» AND ITS STYLISTIC FEATURES

Калинин И.В., Калинина Н.В.
Kalinin I.V., Kalinina N.V.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(sokramento@mail.ru; kalinata66@mail.ru)

Аннотация: Обращается внимание на то, что стиль руководства необходимо исследовать не столько со стороны одностороннего воздействия со стороны руководителя, сколько с позиций двустороннего взаимодействия между субъектами управления. При этом стиль подчинения рассматривается как промежуточное звено между стилем руководства и стилем исполнения. Подчеркивается, что, стиль подчинения, являясь одной из проекций субъектности исполнителя, должен получить собственный статус изучения.

Abstract: The authors state that a leadership style should be investigated not only from the manager's one-sided aspect, but from the standpoint of two-sided interaction between the subjects of management. At the same time, a subordination style is considered as an intermediate link between a leadership style and a performance style. It is emphasized that a subordination style, being one of the performer's subjectivity projections, should get its own research status.

Ключевые слова: Триада «руководство – подчинение – исполнение», стиль руководства, стиль подчинения, стиль исполнения, стиль взаимодействия субъектность

Keywords: triad «leadership – subordination - performance», leadership style, subordination style, performance style, interaction style, subjectivity

Стоящее в названии данной работы сочетание *триада «руководство-подчинение-исполнение»* отражает желание авторов, с одной стороны, обратить внимание на неслучайность в последовательности указанных терминов, где термин «подчинение» занимает промежуточное положение между «руководством» и «исполнением», а, с другой – на единство и взаимосвязанность указанных феноменов соотносимых с понятием «стиль».

Вместе с тем понятия «стиль подчинения» и «стиль исполнения» в отечественной психологической науке должны пройти достаточно длинный путь, чтобы по глубине своего теоретического анализа и разработке начать конкурировать с понятием «стиль руководства». Однако это не означает, что длительность истории разработки понятия «стиль руководства» полностью исчерпало его эвристический потенциал в социально-психологическом смысле. Об этом свидетельствует фундаментальный анализ проблем психологии управленческого взаимодействия и совместной деятельности [2], а также стили как более общего понятия, частным проявлением которого является «стиль руководства» [15-17]. Опираясь на обзор публикаций, содержащихся в данных работах, можно утверждать, что, как у отечественных, так и зарубежных авторов, постоянно возникала мысль о необходимости рассматривать «стиль руководства» не столько со стороны одностороннего воздействия руководителя на подчиненных, сколько с позиций взаимодействия между субъектами управления.

Справедливости ради надо заметить, что необходимость обращения внимания на интерактивный контекст «стиля руководства» можно усмотреть ещё в Хотторнских экспериментах, которые под руководством Э. Мэйо были осуществлены несколько ранее, чем не менее знаменитые исследования авторитарного, демократического и либерального стилей К. Левина. Именно в исследованиях Э. Мэйо особенно наглядно было показано

сопротивление «человеческого материала», которое на современном этапе развития отечественной психологической науки вполне могло бы быть переинтерпретировано сквозь призму понятия «субъектность». Однако, поставив один из основных акцентов на выделение феномена неформальных групп и отношений, дебаты в отношении которых не прекращаются и по сей день, «школа человеческих отношений» оставила за скобками проблему, которая отражена в названии данной статьи.

Вместе с тем, в отечественной социально-психологической науке практически с самого начала XXI века интерес к указанной проблеме постепенно и неуклонно начинает нарастать. Особенно это заметно в последнее десятилетие, благодаря работам отечественных авторов [1], [3], [6], [9-11], [12-13], и отдельных исследователей из стран ближнего зарубежья [7]. В указанных работах с той или иной мерой конкретности подчеркивается, что подчиненного нужно рассматривать не столько с точки зрения объекта воздействия, сколько с позиций субъекта управленческого взаимодействия. При этом в качестве субъектов нужно рассматривать как того, кто осуществляет управленческое воздействие, так и того, кто его воспринимает.

Следует особо отметить своеобразный «терминологический плюрализм» в отечественной психологической науке в употреблении понятий «подчинение» и «исполнение» (и тесно семантически связанными с ними понятий «исполнительность», «исполняемость», «исполнимость», а также «подчиняемость», «подчиненность», «подчинимость»), при обозначении одного и того же круга явлений.

Так, по мнению В.П. Прядеина «В самом общем виде под исполнительностью мы понимаем *подчинение* (выделено нами) субъекта требованиям и командам других лиц, процесс реализации поставленных ими задач и целей» [10, С. 32]. И в то же в другой его работе мы читаем: «Исполнительность не надо путать с подчиненностью – зависимостью от другого лица, которая, тем не менее, влияет на процесс исполнения задач, распоряжений» [9, С. 41].

Несколько иначе выглядит точка зрения Т.О.Куликович, обстоятельный анализ которой трактовки понятия подчинение в рамках психологических и неспециализированных словарей различной направленности позволил сформулировать следующий взгляд: «Подчинение – это осознанное или неосознанное изменение индивидом своего поведения и/или убеждений в соответствии с воздействием внешних факторов. Вариацией данного определения, используемой для изучения осознанного подчинения как личностного выбора, может стать следующее определение. Подчинение – это психическая активность, подразумевающая осознанное изменение индивидом своего поведения и/или убеждений в соответствии с воздействием внешних факторов и сопровождаемая когнитивно-эмоциональной оценкой происходящего» [7].

На этом фоне несколько примиряющим образом выглядит точка зрения М.Е. Раскумандриной: «Все стилевые проявления можно условно разделить на две группы. Первая - это стили взаимодействия с предметами и явлениями окружающей действительности, определяющиеся свойствами последних и индивидуальными особенностями человека. Данную группу стилей можно обозначить как стили Субъект - Объект. Вторую группу представляют стили взаимодействия человека с другими людьми, стили Субъект - Субъект. Стил деятельности работника при выполнении конкретной деятельности можно отнести к первой группе стилей. Стил управления относится ко второй группе; Тогда стил подчинения можно рассматривать как промежуточный между стилем группы Субъект - Объект и группы Субъект-Субъект, поскольку, с одной стороны, стил подчинения является стилем взаимодействия подчинённого и руководителя, с другой стороны, он предполагает определённое отношение подчинённого к объекту, к поставленной перед ним задаче» [13].

Последняя точка зрения подтверждается нашими собственными эмпирическими исследованиями [5], согласно которым понятие «исполнение» и «подчинение» можно рассматривать с позиций выделения в их контексте «субъектного» и «объектного» локуса

анализа. При этом к первому из названных локусов были отнесены те параметры, которые отражали различные характеристики интраиндивидуального и интериндивидуального пространства личности, а ко второму - параметры, которые отражали внешние, наблюдаемые, объективные характеристики названных конструктов (время, объем, качество, условия исполнения/подчинения и т.д.). Как показывают исследования, осуществленные нами с некоторыми руководителями образовательных учреждений, реализующих инклюзивное образование, дифференцирующим признаком терминов «исполнение» и «подчинение» выступает не столько «субъектный», сколько «объектный локус». Вместе с тем мы полагаем, что констатированное промежуточное положение стиля подчинения между «Субъект-Объектными» и «Субъект-Субъектными» стилями, отмеченное и типологизированное в авторском варианте М. Е. Ракумандриной, требует своей дальнейшей разработки с учетом последних теоретических и эмпирических разработок.

Анализ публикаций, выполненных за последние 15 лет, показывает, что развитие исследований «стиля подчинения» в целом повторяет историю и логику развития изучения «стиля руководства». Как известно, к настоящему моменту общепринятым является выделение 3-х стадий развития изучения проблематики стиля руководства с намечающейся, однако не вполне оформившейся, 4-ой стадией: 1) стиль руководства как проявление индивидуальных черт (индивидуально-психологический подход); 2) стиль руководства как метод воздействия на подчиненных (поведенческий подход); 3) стиль руководства как производная от ситуации управленческого взаимодействия (ситуационный подход); 4) стиль руководства как результат и процесс формирования средовых факторов ближайшего круга действия [4] и эколого-психологический подходы [8].

В заключение статьи следует отметить, что, современные отечественные исследователи «стилей подчинения», возможно, сами того не осознавая, в ускоренном режиме всего за 20 лет проходят тот путь, карта которого «вырисовывалась» исследователями «стиля руководства» весь век 20-ый: 1) индивидуально-психологический подход [17]; 2) поведенческий [1], [6]; 3) ситуационный [6], [7], [13]. Если придерживаться выявленной нами исторической параллели развития исследований проблематики «стиля подчинения» по лекалам «стиля руководства», то можно спрогнозировать варианты логики дальнейшего развития обсуждаемой проблематики. Однако, обсуждение этих вариантов требует отдельной темы разговора, которую мы продолжим в одной из последующих наших публикаций.

Список литературы

1. Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Психологические типы подчиненных // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 39-47.
2. Журавлев А.Л. Психология управленческого взаимодействия (теоретические и прикладные проблемы). — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. — 476 с.
3. Журавлев А.Л. Социально-психологический анализ исполнительской деятельности / А. Л. Журавлев // Психол. журн. — 2007. — Т. 28, № 1. — С. 6–16.
4. Калинин И.В. Об одном из подходов к проблеме подбора кадров в управленческую группу // Психолого-педагогические проблемы: организация и управление воспитательным и учебным процессами / Под редакцией Н.Ф.Бородулиной, И.В.Калинина.-Ульяновск, 1995. — С. 89-98.
5. Калинин И.В. Социально-психологические аспекты трудностей управления инновациями у руководителей образовательных организаций (на современном этапе развития науки) // Приволжский научный вестник, 2014, № 11-2 (39). — С. 125-130
6. Карпов, А.В., Раскумандрина, М.Е. Подчинение как социально-психологический феномен // Социальная психология XXI столетия. Т. 1./ Под ред. Козлова В. В. — Ярославль, 2003. — С. 306-309.
7. Кулинкович Т.О. Трактовка понятия «подчинение» в психологии // Вестник Белорусского государственного университета, 2010. Сер. 3. № 1. С. 52-58.

8. *Панов В.И.* Введение в экологическую психологию: Учебное пособие. 2-е изд. (перераб. и доп.). М.: НИИ школьных технологий, 2006. 184 с.
9. *Прядеин В.П.* Исполнительность, мотивация, стиль реагирования // Психология личности в России и за рубежом, 2012, № 6. С. 40-59.
10. *Прядеин В.П.* Понятие ответственности, исполнительности, воли как объекты психолого-педагогического исследования // Педагогика. Психология. 2012, № 1. С. 32-45.
11. *Прядеин В.П.* Факторная структура стиля исполнительности / В.П. Прядеин, А.А.Ефимова // Вестник СурГПУ, 2014, № 1 (28). С. 142-154.
12. *Раскумандрина М.Е.* К проблеме стиля человека: стиль подчинения // Социальная психология XXI столетия. Т. 3. / Под ред. Козлова В.В. Ярославль. 2002. С. 75-79.
13. *Раскумандрина М.Е.* Типология индивидуальных стилей подчинения и их диагностика. дисс. на соиск. уч. ст. к. псих. н. Ярославль, 2004. – 231 с.
14. *Толочек В.А.* Проблема стилей в психологии: историко-теоретический анализ.– М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2013. – 320 с.
15. *Толочек В.А.* Стили деятельности: ресурсный подход. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. – 366 с.
16. *Толочек В.А.* Стили профессиональной деятельности. М.: Смысл, 2000. – 1999 с.
17. *Яхонтова Е.С.* Эффективные технологии управления персоналом. – СПб.: Речь, 2003. - 352с.

УДК 159.922+159.928.234+159.98

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ В РАЗВИТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ НАВЫКОВ PSYCHOLOGICAL PRACTICES IN THE DEVELOPMENT OF MANAGEMENT SKILLS

**Карицкий Игорь Николаевич
Karitsky Igor Nikolaevich**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
Московский институт психоанализа
Moscow Institute of Psychoanalysis
(ignikkar@mail.ru)*

Аннотация: Показано значение психологических практик в управлении, как аспекта управленческой деятельности и как способа развития личности и профессиональных навыков менеджера. Раскрыт круг необходимых психологических практик в управленческой деятельности. Особое внимание обращено на рефлексивные практики саморегуляции, такие как актуальной самоосознанности, работы с привычными мыслями, переключения состояний, медитации, преодоления ментальных самоограничений.

Abstract: The paper shows the importance of psychological practices in management, as an aspect of management activity and as a way of development of manager's personality and professional skills. A range of necessary psychological practices in management activity is identified. The special attention is paid to reflexive practices of self-regulation, such as actual self-awareness, working with habitual thoughts, switching mental states, meditation, overcoming mental self-restraints.

Ключевые слова: психологическая практика, саморегуляция, рефлексия, управление, навыки, эффективность.

Keywords: psychological practice, self-regulation, reflection, management, skills, efficiency.

Во второй половине XX столетия – первом двадцатилетии XXI века в сфере управления (менеджмента) все большее значение приобретает развитие управленческих навыков на

стадии профессионального обучения как при получении высшего образования, так и при последующих периодических повышениях квалификации: проще и эффективней получать и развивать навыки в учебной ситуации, чем попадать в сложные дилеммы, чреватые разного рода потерями, в обстоятельствах решения реальных управленческих проблем. Важным аспектом управленческого обучения являются психологические практики, и как сторона управления, и как самостоятельная деятельность. Как сторона управления психологические практики представляют собой необходимый навык управленческой деятельности, как самостоятельная деятельность они способствуют личностному и профессиональному развитию менеджера [7; 8].

Совокупность психологических навыков, которые позволяют управленческой деятельности быть более эффективной, включает в себя навыки и умения психологической диагностики, в том числе личности, типа личности, ведущих личностных характеристик, самодиагностики, самопознания, рефлексии, в том числе актуальных психических состояний и процессов, психической саморегуляции, профилактики, тренинга, личностного роста и развития, в отдельных случаях обращения к психологическому консультированию и психотерапии, а также владение психологическими методами управления другими людьми, умения противостоять деструктивным психологическим практикам и сохранять личностную устойчивость в сложных ситуациях [6; 10]. При трактовке сферы указанных психологических практик важно также учитывать теоретико-методологические основы этих практик, поскольку они задают конструкты через которые практики реализуются, формируют заданное пространство способностей, навыков и умений, а также оцениваются [8; 11; 12].

Анализ типов руководителей и подчиненных [3], феномена конформизма в организациях [1], уровня доверия в управленческих отношениях [1; 2], практики подбора управленческих кадров [4; 5], а также эмпирически констатируемых состояний у менеджеров указывает на два ведущих фактора, которые детерминируют особенности психических состояний работников сферы управления и через это определяют ее эффективность [6]. Первый фактор – это специфика управленческой деятельности в отличие от других видов деятельности. Второй – индивидуальные особенности личности менеджера. Первый фактор обуславливает у специалистов управленческого профиля в сравнении с другими видами деятельности более высокий уровень психической напряженности, обычность стрессовых состояний, их преобладание над состояниями расслабленности и спокойствия, необходимость высокой психической мобильности в различных аспектах, привычный сбой разнонаправленных состояний, обычность амбивалентного содержания психических состояний. Второй фактор имеет ряд составляющих. Это – темперамент, характер, социальные установки, навыки саморегуляции, мировоззрение и др. Наиболее важная из них – личные навыки саморегуляции. Степень развития саморегуляции перераспределяет спектр психических состояний специалистов сферы управления таким образом, что, если на одном полюсе, при низком уровне саморегуляции, находятся напряженные, противоречивые и стрессовые состояния, то на другом – состояния спокойствия, уравновешенности, определенной отстраненности от актуальных ситуаций, способность видеть суть ситуации, что оптимизирует и эффективизирует управление [6].

В сфере управления до определенной степени можно влиять на оба фактора. Но первый из них обусловлен большим числом параметров независимых от менеджера, тогда как второй при грамотном подходе вполне может стать сферой успешной регуляции. Развитые навыки психической саморегуляции определяют как адекватность реакций менеджера, его адаптивную и деятельностную успешность, эффективность управления, так и благополучие жизненного пути в целом. Под психической саморегуляцией обычно понимают целесообразное управление человеком собственными психическими состояниями и процессами и их развитие. Существует значительное число психотехнологий саморегуляции. Среди них существенное значение принадлежит рефлексивным. Они позволяют получить развернутое представление о собственной личности, ее особенностях, степени развития тех

или иных черт и способностей. Практическое применение той или иной психотехнологии всегда конкретно, т.к. непосредственно реализуют те или иные практические цели в работе с индивидуальной психикой. Обучение им происходит либо в группе, либо в процессе индивидуальной работы, поэтому они могут быть описаны от лица ведущего психотренинг, в ходе которого происходит освоение этих приемов.

Обыденное сознание редко ищет причины человеческих поступков, почти никогда не исследуют основания своих привязанностей и как результат – личность не имеет никакой ясной стратегии своей жизни, а часто и профессиональной деятельности, или соотношения жизненных и профессиональных целей, и в силу этого вдруг сталкивается с последствиями собственных слабо отрефлексированных намерений и действий. Психологические практики самоосознания обучают человека рефлексировать по поводу собственного бытия, всегда или чаще, чем привычно; помнить о том, кто стоит за всеми действиями и все время соотносить эти действия с самим собой. Они позволяют человеку исследовать собственные глубины, понять причины своего поведения, отыскать источник собственного Я, или, по крайней мере, лучше понять себя. Они научают быть свободным, не зависеть механически от внешних стимулов, а наоборот помогают обуславливать внешнее внутренним.

Среди важнейших рефлексивных практик саморегуляции следует назвать следующие: техники актуальной осознанности, рефлексивности в отношении деятельности, рефлексивности в отношении субъекта деятельности, рефлексивности ценностей, смыслов, целей, жизненных стратегий, жизненного мира субъекта, осознание поверхностных и более глубоких слоев личности, осознание соотношения субъективной значимости профессиональной и личной сферы, осознание привычного потока мыслей и переживаний, техники проговора, переключения психических состояний, осознания личностных структур, самоограничений, перепросмотра и переструктурирования, медитативные техники, использования внешней опоры через психологические игрушки и т.д. [6-10]. Последовательность применения этих технологий обусловлена рядом причин, которые требуют обширного обсуждения, поэтому здесь они будут рассмотрены в произвольном порядке.

Среди довольно простых по форме практик, но совсем не простых в осуществлении для непривычного к нему сознания, находится следующий. Аудитории или отдельному индивиду предлагается (а в дальнейшем каждый может как угодно часто его использовать): прямо сейчас предельно ясно до пронзительности осознайте, что это именно вы именно сейчас именно здесь совершаете именно эту деятельность (назвать конкретную – сидите в этой аудитории и слушаете, смотрите...). Случается так, что кто-то действительно вдруг пронзительно ясно осознает себя здесь и сейчас. Для большинства это будет менее глубокая рефлексия. Но и она позволяет хотя бы частично стряхнуть с сознания гипнотический сон реальности и на несколько мгновений побыть лицом к лицу с самим собой. Этот прием позволяет ввести в рефлексивные психотехнологии. Порой через него человек начинает впервые осознанно знакомиться с собой. Этот прием, будучи освоенным и регулярно применяемым специалистом-управленцем, позволяет ему не быть механическим придатком организационной машины, автоматически реагирующим на стимулы. Он позволяет отследить свои собственные привычные реакции, а в дальнейшем выработать более целесообразные. В более широкой перспективе он выводит на осознанное отношение к профессиональным и карьерным целям и соотношению их с текущими и стратегическими целями жизни, смыслом жизни и основными экзистенциальными установками. Профессиональная деятельность и личная жизнь не являются независимыми переменными, но выступают взаимно обуславливающими факторами. Пройгнорировать это – значит заложить основу для профессиональных и жизненных сложностей.

Сознание никогда не бывает пустым, оно все время заполнено некоторым привычным для данной личности содержанием, точнее совокупностью психических процессов, постоянно выстраивающих и поддерживающих привычную для данного субъекта картину реальности. Этот привычный, автоматический процесс протекает почти без участия сознания

в том смысле, что, во-первых, сознание его не регулирует, он протекает по принципу ассоциативных связей, во-вторых, он наполнен привычными образами и отношениями, в-третьих, практически тут же забывается и слабо осознается его содержание, хотя оно и составляет жизненный мир личности. Кроме того, что он наполнен привычными, автоматическими, почти бессознательными мыслями (хотя и протекает на уровне сознания и принципиально может быть осознан), он – как результат – сопровождается привычными психическими состояниями и реакциями. Содержание этого процесса может быть позитивным, или негативным, или частично негативным, или амбивалентным или иметь еще более сложную динамику. Важно то, что оно является одним из главных факторов человеческой жизни, обычно бессознательным в том смысле, что личность не участвовала в его создании сознательно, но это психическое содержание принадлежит сознанию и сознание может с ним работать. Менеджер должен понимать, что привычное содержание его психики обуславливает привычные, но не значит – адекватные, реакции, определенный, обычно зауженный аспект видения проблем и принятия решений, стереотипы отношения и поведения и т.д. Практика работы с привычными мыслями и состояниями требует того, чтобы привычные мысли и состояния были отслежены, осознаны, а затем трансформированы в более адекватное и позитивное содержание, и закреплены в нем. Важным элементом многих психотехнологий является проговор как механизм осознания и запоминания актуально пережитого психического содержания.

Эффективной рефлексивной практикой является тренинговая технология переключения психических состояний. В реальном процессе психического переживания человек включен в ту или иную эмоцию и не отделяет себя от нее, чаще всего актуально даже не сознает своего состояния. Тренинговая технология вне реальной ситуации позволяет личности увидеть возможность волевого перехода из одного состояния (негативного, деструктивного) в другое (позитивное, конструктивное, оптимальное) и натренировать эту способность, которая затем может быть применена к текущим состояниям и стать свойством личности. Данная психотехнология может применяться как в простом варианте (многократные переходы от произвольного негативного состояния к позитивному и обратно), так и в более сложном (когда заранее оговорены, конкретные негативные и позитивные психические состояния). Эта техника является важной в саморегуляции психических состояний менеджера, т.к. менеджер гораздо чаще, чем другие люди, не может позволить себе произвольных реакций. Актуально, без наработанных навыков переключения состояний, управляемо перейти из одного, например – деструктивного, состояния в другое, более конструктивное, сложно. Натренированный навык делает такой переход привычной и эффективной практикой успешного менеджера.

Большой класс рефлексивных практик связан с медитативными состояниями. Медитацию можно определить как технику погружения в собственные глубины. В зависимости от глубины медитации уменьшается осознание внешнего мира и сознание все более погружается во внутренние психические пространства, где обнаруживаются причины и мотивы человеческих решений и действий. На начальных этапах медитация может сопровождаться определенными словесными формулировками, в том числе имеющими характер самовнушения, а также – визуализациями. На более глубоких уровнях погружения медитация протекает как полное молчание в сокровенных глубинах человеческой души, как самодостаточное существование человека в самом себе. Медитативные психотехнологии позволяют человеку понять самого себя, освободиться от случайных внешних факторов жизни, проинтегрировать различные составляющие психики и осуществить жизнь из центра собственного существа. Медитация делает привычными более спокойные и гармоничные состояния личности, а значит, и более правильные решения и действия в профессиональной управленческой деятельности.

Человеческое существование сопровождается огромным количеством самоограничений в форме разного рода представлений, предрассудков, установок, домысливаний, стереотипов, автоматизмов, привычек на всех уровнях человеческого существа. Часто

субъект не может что-то сделать не потому, что у него не хватает физических, интеллектуальных или других сил и способностей, а потому что он думает, что ему чего-то не хватает, или потому, что он в каком-то другом отношении сам себе поставил границы, чаще всего бессознательно. Осознать существование таких границ на ментальном уровне помогают практики саморефлексии ментальных самоограничений, в частности, через решение на первый взгляд совершенно глупых, абсурдных или субъективно крайне сложных задач. Самостоятельное или с помощью других разрешение этих задач позволяет ясно увидеть, что проблема заключается не в задаче, а в личности. Косвенно такого рода тренинг также тренирует готовность решать любые неразрешимые при первичной оценке жизненные или профессиональные проблемы, которых вполне достаточно в управленческой практике, делают управление оптимальным и эффективным.

Таким образом, существует большой набор рефлексивных практик саморегуляции, которые могут применять специалисты сферы управления в целях повышения как эффективности своей профессиональной деятельности, так и жизни в целом. Освоение и развитие навыков психической саморегуляции является необходимым, а иногда и ключевым моментом в профессиональной подготовке специалистов управленческого профиля. Менеджер, не управляющий собой, не в состоянии успешно управлять организацией, персоналом организации и добиваться поставленных целей.

Список литературы

1. *Антоненко И.В.* Доверие и конформность // Вестник университета (Государственный университет управления). 2006. №1. С.4-9.
2. *Антоненко И.В.* Доверие: понятие, генезис, структура // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. 2015. № 2. С.34-44.
3. *Антоненко И.В., Карицкий И.Н.* Психологические типы подчиненных // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Международ. научно-практ. конф. В 8 ч. Ч. 7 / под ред. В.С.Белгородского и др. М.: МГУДТ, 2016. С.39-47.
4. *Калинин И.В.* Практика подбора управленческих кадров в период 1917-1924 годов // Акмеология. 2004. № 3 (11). С. 37-45.
5. *Калинин И.В.* Управленческая команда: подбор ближайшего окружения руководителем. Ульяновск, 2012.
6. *Карицкий И.Н.* Психические состояния специалистов управленческого профиля и обучение специалистов рефлексивным психотехнологиям саморегуляции // Вестник университета (ГУУ). Серия: Социология и управление персоналом. 2002. №2(5). С.90-96.
7. *Карицкий И.Н.* Психологические практики в социальном пространстве // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 8 ч. Ч. 7 / под ред. В.С.Белгородского и др. М.: МГУДТ, 2016. С.214-221.
8. *Карицкий И.Н.* Структура и классификации психологических практик // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность. Сб. статей междунар. научно-практ. конф. В 8 ч. Ч.6. / под ред. В.С.Белгородского и др. М.: МГУДТ, 2016. С.182-189.
9. *Карицкий И.Н.* Психологические игрушки // Перспективы психологической науки и практики. Сб. статей междунар. научно-практ. конф. / под ред. В.С.Белгородского и др. М.: РГУ им. А.Н.Косыгина, 2017. С.561-566.
10. *Лидерс А.Г.* Особенности позиции практического психолога по отношению к клиенту // Журнал практического психолога. 1996. №3.
11. *Мазилев В.А.* Методология современной отечественной психологии // Методология и история психологии. 2008. №3. С.9-24.
12. *Сенющенко С.П.* Проблема генезиса психических процессов в теории поэтапного формирования умственных действий // Методология и история психологии. 2009. №2. С.59-75.

**УПРАВЛЕНИЕ НЕВОЕННЫМИ СПОСОБАМИ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ
ТЕРРОРИЗМУ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ
MANAGEMENT OF NON-MILITARY MEANS OF COMBATING TERRORISM IN THE
SPHERE OF ECONOMY**

**Кириллов Владимир Петрович *, Кириллова Галина Владимировна **
Kirillov Vladimir Petrovich *, Kirillova Galina Vladimirovna ****

**Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Москва*

** The Kosygin State University of Russia, Moscow*

(e-mail: v.kirillov2010@mail.ru)

*** Российский университет транспорта (МИИТ) Российская открытая академия
транспорта (РОАТ), Россия Москва*

***Russian University of transport (МИИТ) Russian open Academy of transport (ROAT), Russia,
Москва*

(e-mail: v.kirillov2010@mail.ru)

Аннотация: Подчеркнуто негативное влияние терроризма на государство и общество, определена необходимость повышения вузовской подготовки выпускников к реализации антитеррористической политики, выявлены возможности невоенного противодействия террористическим угрозам, сосредоточено внимание на повышение роли выпускников вузов в обеспечении безопасности подведомственных объектов и населения.

Abstract: The negative impact of terrorism on the state and society is emphasized, the need to improve the University training of graduates for the implementation of antiterrorist policy is determined, the possibilities of non-military counteraction to terrorist threats are identified, attention is focused on increasing the role of University graduates in ensuring the security of subordinate facilities and the population.

Ключевые слова: Негативное влияние терроризма, антитеррористическая подготовка студентов, опыт невоенного противодействия терроризму, роль выпускников в обеспечении безопасности населения и объектов.

Keywords: The negative impact of terrorism, anti-terrorist training of students, experience of non-military counter-terrorism, the role of graduates in ensuring the safety of the population and facilities.

Терроризм – представляет собой противоправную форму политической борьбы с применением насилия в виде публично совершаемых общественно опасных действий, направленных на устрашение населения и принуждение органов управления пойти на уступки террористам. Целью насилия является достижение дестабилизации общества, подрыв престижа власти и получение уступок со стороны государства. По своим масштабам, бесчеловечности и жестокости современный терроризм превратился в проблему глобальной угрозы [1, с. 9].

Статистика показывает, что с развитием техники и технологии все более широкое применение получает терроризм в экономической сфере. Этому способствует уязвимость производственных объектов и управленческих систем, возможность нанесения больших материальных потерь и летальных последствий, причинения значительного ущерба безопасности населения и простота осуществления техногенных преступлений.

Объектами терроризма в сфере экономики являются: промышленные, финансовые и транспортные структуры, компьютерные системы управления, подразделения жизнеобеспечения, органы государственной и муниципальной власти. При этом следует учитывать, что более половины населения России проживает в экономических районах,

подверженных угрозам экономического и техногенного терроризма. Это 620 тыс. км. уязвимых транспортных систем; 1,6 тыс. крупных гидроузлов, грозящих наводнением; 2,5 тыс. предприятий и объектов, несущих в себе потенциальную химическую и 1,5 тыс. - радиационную опасность.

Только пассажирскими и грузовыми перевозками ежегодно пользуются 70 млн. чел; в зоне возможного наводнения ежедневно находятся 34 млн. чел.; 30-километровой зоне атомных электростанций проживает 1 млн. чел.; в химически опасных районах - 57 млн чел. Даже при небольшом теракте на предприятии химического производства очаг поражения составит 30 кв. км, а количество пострадавших составит 60 тыс. чел. Подрыв или заражение воды в пункте водоснабжения приведет к поражению всего района [2, с. 28].

Техногенный терроризм имеет широкие возможности для использования не только обычных средств, но и ядерного, радиологического, химического, бактериологического оружия, патогенных микроорганизмов, радиоактивных и других вредных для здоровья веществ, а также захват, выведение из строя и разрушение объектов повышенной технологической и экологической опасности, систем жизнеобеспечения городов и населенных пунктов. Чаще всего, он направлен на нанесение максимального ущерба в густонаселенных мегаполисах, на предприятиях и на транспорте.

Социологическое исследование, проведенное в РОАТ (МИИТ) и в РГУ им. А.Н. Косыгина [3, с. 31-35] показали, что в процессе обучения и воспитания у студентов формируются знания и негативное отношение к действиям террористического характера. Однако, не все выпускники в полной мере представляют имеющиеся возможности по противодействию террористическим угрозам в пределах занимаемых должностей после окончания университета.

Многие из них считают, что реализация контртеррористической политики является прерогативой органов государственной власти и силовых структур. Однако, Президент РФ В.В. Путин в своем обращении к Федеральному собранию в 2018 г. отметил, что «успех в реализации контртеррористической борьбы зависит от совместных усилий государства, гражданского общества и каждого человека» [4, с. 2].

Антитеррористическая практика показывает, что существует широкий спектр невоенных методов противодействия терроризму, которые с успехом применяются руководителями различного уровня в разнообразных обстоятельствах и дают положительный результат комплексного сочетания невооруженных способов воздействия на потенциальных преступников.

Введение в программу обучения студентов, занимающихся по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, курса «Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления в сфере противодействия терроризму» позволило сосредоточить внимание обучаемых на формирование знаний и готовности к осуществлению мероприятий по реализации антитеррористической политики на порученном участке профессиональной деятельности.

Немаловажное значение в этом принадлежит изучению теоретических и практических вопросов невоенного противодействия терроризму, к числу которых можно отнести следующие мероприятия.

Оказание помощи слаборазвитым государствам и отдельным территориям для развития экономики, преодоления бедности и безработицы, являющихся источниками для пополнения рядов террористов.

Так, например, террор, осуществляемый СевероИрландской Республиканской Армией, был существенно снижен благодаря созданию новых рабочих мест и повышению качества жизни местного населения.

1) Снижение уровня культурной изоляции для мигрантов и маргинализованных групп населения.

Проведение в Германии политики мультикультурализма, заключающийся в предоставлении мигрантам и маргиналам возможности проживать в изоляции, культивируя

национальные и религиозные воззрения, привели к значительным потрясениям в обществе и к отказу от этой политики.

Проведение ненасильственных компаний защитников обездоленных и безоружных миротворцев и волонтеров по оказанию помощи нуждающимся группам местного населения и мигрантов.

Только благодаря мирному движению «За гражданские права» американское общество справилось с террористической организацией Ку-Клукс-Клана. Большой вклад в предотвращение терроризма вносят организации «Врачи без границ», «Всемирная организация здравоохранения», «Международная организация труда», «Международные бригады мира».

Организация противоконфликтного поведения и обучение навыкам ненасильственной борьбы за свои нарушенные права.

Данная невоенная технология снижения уровня террора заключается в том, чтобы удержать недовольных людей от совершения терактов и научить их использовать демократические способы защиты своих законных прав.

Реализация восстановительных программ после прекращения теракта.

Если террористический акт не был предотвращен, то проведение восстановительных мер поможет предотвратить дальнейшее разжигание взаимной ненависти и расширение поляризации населения. Положительным примером может служить политика справедливого возмездия и защиты мирного населения в израильско-палестинском конфликте.

Деятельность полицейских в роли служащих-миротворцев, которым на первоначальном этапе вполне по силам предупредить разжигание террористического конфликта путем принятия юрисдикционных мер в отношении виновников разжигания ненависти.

Если бы московские полицейские вовремя приняли законные меры воздействия в отношении лиц, избивших грузчиков Бескудниковского рынка, то и не было бы массового проявления миграционного терроризма.

Недопущение безрассудного поведения руководителей органов государственной власти в ходе проведения контртеррористических операций.

Данная технология направлена на предотвращение таких негативных явлений, как недооценка опасности, «шапкозакидательство», односторонние уступки преступникам, как это было в Беслане. Или безрассудное применение отравляющего газа в Норд-Осте без предоставления антидотов заложникам.

Умелое ведение переговоров с преступниками, заключающееся в недопущении односторонних уступок террористам, что однозначно способствует их активизации в достижении экстремистских целей. Однако, умелое ведение переговоров, специально обученными и уполномоченными лицами могут существенно снизить или даже ликвидировать угрозу или последствия террористического акта.

Исследование антитеррористической подготовки студентов технических и гуманитарных вузов наряду с положительными результатами позволили выявить и некоторые негативные явления. В частности, около 3% студентов выпускного курса высказывали мнение о том, что, проживание в свободной стране при демократической конституции, каждый гражданин имеет право состоять в любой организации и придерживаться любой идеологии. При этом опрошенные забывали о принципе законности и о том, что на территории РФ запрещены 52 террористические организации, членство в которых является уголовным преступлением.

Около одного процента студентов считают допустимыми действия по распространению сепаратистской литературы, проведение массовых мероприятий националистов, участие в фундаменталистских обрядах и несанкционированных митингах.

Эти и ряд других недостатков диктуют необходимость сосредоточить усилия профессорско-преподавательского состава на воспитание патриотизма и формирование

умений выпускников противостоять действиям террористического характера на своем рабочем месте в пределах функциональной ответственности.

Это требует сосредоточения внимания обучаемых на следующем.

1. В ходе занятий необходимо предусматривать разнообразные способы действий террористов: кибератаки, распространение панических слухов, сеяние страха и смятения среди граждан, распространение экстремисткой литературы, вовлечение в совершение обрядов и другое.

2. Выпускники должны быть подготовлены к осуществлению мер по профилактике и противодействию попыткам экстремистов приобщить молодежь к идеям джихада, сепаратизма или национализма, привлечь их к сотрудничеству с террористами.

3. Государственные и муниципальные служащие должны обладать умением анализировать обстановку на подведомственной территории в соответствии с требованиями антитеррористической политики в РФ.

4. В рамках вузовского образования выпускники накапливают опыт создания региональных и местных координирующих комиссий в составе представителей правоохранительных органов, медиков, служащих МЧС, транспортников, членов ведущих партий и организаций в интересах профилактики и своевременного противодействия терроризму.

5. Следует воспитывать выпускников в духе своевременного информирования органов государственной власти и местного самоуправления по известным фактам подготовки терактов и выполнению долга руководителя по обеспечению защиты персонала и населения от террористических угроз.

6. Немаловажное значение приобретает деятельность управленцев всех уровней по преодолению ложного понятия толерантности и невмешательства во внутренние дела членов националистских, сепаратистских, фундаменталистских и других антироссийских группировок.

7. Назревает необходимость улучшить инвестирование органов правопорядка и частных охранных компаний, повысить уровень их оснащенности и профессиональной подготовки в области защиты граждан от террористических посягательств.

Эти и некоторые другие предложения по предупреждению терактов и минимизации их последствий являются вынужденной мерой по обеспечению антитеррористической защиты государства и общества в современных условиях. Исходя из этого, программы вузовской подготовки должны предусматривать обучение выпускников рациональному использованию невоенных методов противодействия терроризму в соответствии со своими должностными обязанностями на практической работе.

В заключение статьи следует отметить, что выпускники вузов должны быть обучены умению применять невоенные методы противодействия терроризму в соответствии с должностными обязанностями после назначения на должность.

Список литературы

1. Кириллова Г.В., Кириллов В.П. Противодействие террористическим угрозам в техногенной сфере. Научная статья /в журн. Проблемы безопасности российского общества. Научно-практический журнал № 4/2017. – С. 9-15.

2. Техногенные системы, их взаимодействие с окружающей средой. [Электронный ресурс]: URL: <http://debatepolitics.csys.ru> (дата обращения 30.04.2017)

3. Результаты социологического исследования «Терроризм глазами студентов технического и гуманитарного вузов. Научная статья/ в журнале Проблемы безопасности российского общества. Научно-практический журнал № 4/2017. – С. 31-35

4. Речь Владимира Путин о терроризме в послании Федеральному собранию РФ 2018 г. [Электронный ресурс] URL: <http://debatepolitics.ru/showthread.php?t=11079>

УДК 339.187:004.738

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ WAYS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF SALES IN SOCIAL NETWORKS

Комарова Анна Алексеевна, Завельская Ирина Михайловна
Komarova Anna Alekseyevna, Zavel'skaya Irina Mikhaylovna

Государственный университет управления – ГУУ, Россия, Москва
State University of Management GUU, Russia, Moscow
(e-mail: komarova_a@inbox.ru; ira.atp@gmail.com)

Аннотация: Рассмотрены способы повышения продаж в социальных сетях через повышение лояльности потребителей, привлечение внимания клиентов, создания эффективной воронки продаж, сторителлинга, грамотного таргетинга, SMM и др.

Abstract: Ways to increase sales in social networks through increasing customer loyalty, attracting customer attention, creating an effective sales funnel, storytelling, competent targeting, etc. are considered.

Ключевые слова: эффективность продаж, социальные сети, воронка продаж, сторителлинг, таргетирование.

Keywords: sales efficiency, social networks, sales funnel, storytelling, targeting.

Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни половины населения планеты. А это уже почти четыре миллиарда человек. Представить интернет без них уже невозможно, а привычные веб-сайты уступают по популярности сервисам для общения. Все больше пользователей проводят время в сети не на стандартных ресурсах, а в мессенджерах и соцсетях. Бизнес перемещается следом за клиентами. Продажи в соцсетях – норма как для крупных компаний, так и для небольших предпринимателей и тех, кто ищет дополнительный доход. Какие основные правила успеха? На что обратить внимание? Какие ресурсы выбрать для продвижения и ведения страниц?

Множество работающих ресурсов способно удовлетворить даже требовательного пользователя. Средство коммуникации, источник новостей, полезной информации, сплетен, новинок, знаний, знакомств – это все о них. Современное поколение Z – людей, рожденных после 1995 года (для США и Европы) и рожденных после 2000 г (для России) называют еще «тихим» поколением, потому что им легче написать, чем сказать, основное общение происходит именно в сети, причем даже если люди находятся пространственно в одном месте. Более 90% людей, родившихся в новом веке, имеют аккаунты в различных социальных сетях [2]. Социальные сети заменили привычные посиделки с друзьями и телефонные разговоры. Средние цифры нахождения пользователей в социальных сетях удерживаются на уровне 3-4хчасов онлайн для 22% пользователей [3].

Нет границ – современный человек космополит. Общаться (причем бесплатно) с жителями других городов, стран, континентов в порядке вещей. Быть подписчиком знаменитостей, быть в курсе новостей и публикаций миллионеров и политиков – задачи вполне по плечу для рядового пользователя. Признание заслуг, лайки, похвалы поощряют дальнейшую активность, позволяют поднять свою значимость и самовыражаться. Разобраться, что и как устроено в приложении по силам практически любому пользователю, без особых усилий и знаний.

Возможности – здесь находится все: товары по выгодным ценам, вакансии, обмен опытом с коллегами и профессионалами, бесплатный видео-, аудиоконтент, книги и многое другое.

Реальные люди с настоящими и жизненными проблемами, достижениями, историями всегда интересны. Однако вышеперечисленные особенности соцсетей находят отражение и в политике встраивания маркетинговой и рекламной деятельности в этот канал коммуникации с клиентами. Бизнес идет за потребителями туда, где им интересно, туда, где в релевантной форме можно подать продающую информацию. Кто и в каких социальных сетях сидит, каков

средний возраст аудитории социальных сетей России? Какие товары аудитория предпочитает покупать через конкретную социальную сеть? (см. Таб.1)

Таблица 1. Сегментация социальных сетей России

Название социальной сети	Гендерное соотношение		Средний возраст аудитории	Предпочтительные товары
	Мужчины	Женщины		
ВКонтакте	42%	58%	18-34 года	Молодежные товары, одежда, аксессуары, услуги, игры.
Facebook	31%	69%	18-55 лет	Качественные, редкие товары, брендовые вещи, тренинги, обучение.
Instagram	23%	77%	18-29 лет	Яркие, уникальные товары, модная одежда, аксессуары, все, что имеет отношение к здоровому образу жизни.
Одноклассники	42%	58%	25-44 года	Косметика, товары для дома, детские товары

Во-первых, рассмотрим таргетинг как один из способов повышения продаж в социальных сетях. Target Group (Target Audience, рус.: целевая группа или целевая аудитория): группа людей, на которую нацелено наше рекламное сообщение, потребители либо покупатели товара/услуги. Целевые аудитории (медийные ЦА) чаще всего описываются при помощи социально-демографических понятий (пол, возраст, доход, образование, семейное положение...). Информация в социальных сетях является открытой, можно собрать статистические данные по возрасту, полу, городу и району проживания, интересам, сфере деятельности аудитории, это позволяет направить рекламное сообщение или торговое предложение ограниченному кругу лиц, что будет существенно удешевлять цену контакта и увеличивать конверсию, то есть активные действия пользователя – переход по ссылке, добавление товара в корзину. Можно регулировать время показа контента – например, пока человек едет в метро в час пик он зачастую листает ленту соцсетей. Из таб.1 видно, что если компания продает товары для мужчин или рекламирует их, то предпочтительнее размещать контент в сети ВКонтакте (на молодую аудиторию) или в одноклассниках (на более возрастную аудиторию). Данные о пользователях аккумулируются по разным признакам. Например, географическому – по IP адресу пользователя видно место локации, кроме того, сами пользователи зачастую указывают место своего пребывания. Это позволяет привлечь внимания пользователя заголовком: «Ты/вы из Урюпинска? Только сегодня в караоке-клубе для вас индивидуальная скидка на заказ кабинки!». Еще одно основание для сегментирования – демографический признак и семейный статус, что также позволяет продвигать продукты для узких аудиторий. Для диалогов с пользователями зачастую используются боты – специальные программы ИИ, позволяющие вести диалог с клиентом по шаблону.

Портрет представителя ЦА так же формируется исходя из образования и сферы интересов и пользователей социальных сетей и потребителей товаров и услуг. Люди сами подписываются на интересующие их группы, сообщества, тематические каналы, публичные страницы, подписываются на рассылку. Реклама в тематических сообществах выглядит намного более органично, т.к. сами люди в ней заинтересованы, например, в группах по ремонту уместна реклама красок, обоев, инструмента, мебели и т.д.

Поведенческий аспект потребителей тоже используется в сегментировании. Все, что пользователь делает в сети, его поисковые запросы, хранится в cookie файлах компьютера, если пользователь регулярно их не чистит, и может быть использовано для рекламы именно по запросу пользователя, что также повышает конверсию. Последние тенденции 2019 года показывают, что основным драйвером рекламного рынка является рост мобайл-потребления. Заказ еды на дом, транспортные приложения заказа такси, интернет-банкинг – все это пользователи сейчас делают с мобильных устройств. И потому очень важный фактор

повышения продаж – это создание приложений для продажи товаров/услуг, приложений лояльности со скидками, акциями, бонусами. Эти приложения могут быть прорекламированы через социальные сети, что дает возможность очень быстрого отклика потребителей – мгновенной загрузки приложения пользователями.

Для увеличения продаж необходимо использовать SMM (Social Media Marketing) стратегию. SMM - это специальный маркетинговый инструмент продаж через социальные сети. Для написания стратегии продвижения необходимо провести первичный анализ:

- оценить текущее положение бренда в социальных сетях: численность и активность подписчиков, актуальность и качество контента, найти и структурировать все упоминания вашего бренда в социальных сетях — что и как о вас говорят.

- провести конкурентный анализ (какие еще игроки играют в нашем рыночном сегменте, в каких сетях они размещаются?).

- составить портрет целевого потребителя /типичного представителя целевой аудитории.

- сформулировать УТП (уникальное торговое предложение) сформулировать ключевые отличия бренда для отстройки от конкурентов.

- определить формат присутствия в социальных сетях (коммерческий формат предусматривает рекламирование товара через соцсети или интернет-магазин в соцсетях; формат по интересам предполагает опубликование интересного для потребителей контента в разных сферах – развлечение, обучение, кулинария, бизнес, музыка. Такие публикации выстраивают воронку продаж – подогревают внимание и интерес ЦА а потом постепенно подталкивают к совершению активных действий – покупке; смешанный формат предполагает выступление компании в роли эксперта, предлагая полезный контент по узкой теме, в том числе предлагая свои услуги – например, контент по особенностям сделок на рынке недвижимости + предложение риэлтерских услуг.

Еще одним средством повышения продаж в соцсетях является работа с лидерами мнений – блогерами, как начинающими, так и корифеями. Нативная реклама при условии совей ненавязчивости может активно помогать продвигать товары. Можно проводить конкурсы совместно с блогерами, давать перекрестные ссылки, что может сделать рекламу практически бесплатной, по бартеру.

Конкурсы в социальных сетях являются несомненным толчком к пиковому набору популярности группы. Например, бывают следующие виды конкурсов:

- конкурсы, где подарок получает случайный пользователь за репост, комментарий и т.д. Это самый массовый вид конкурсов и охват максимален, ведь репост сообщения занимает 1 секунду и не требует никаких затрат пользователя.

- конкурсы, задействующие креативные способности аудитории: сочинить историю, нарисовать лого, картину. Здесь охват несомненно будет ниже, ведь действия требуют от пользователей труда и времени.

- фотоконкурсы также являются беспроблемным вариантом, они позволяют компаниям получать доступ к пользовательскому контенту за минимальную плату (стоимость призов), в то время как аудитория публикует тысячи фото с продуктом или соответствующим хэштегом, что потом может быть использовано на сайте компании, в наружной рекламе, на странице группы, сообщества.

Одним и интереснейших и креативных маркетинговых инструментов является сторителлинг. Сторителлинг - это эффективный прием маркетинга, позволяющий использовать медийный потенциал с целью транслирования ценностей, смыслов, различного рода информации через сказительство. Цель сторителлинга – обеспечение эффективной мотивации к требуемому от субъекта действию.

Основной целью сторителлинга является привлечение внимания аудитории и обеспечении мотива к активным действиям через воздействие на аудиторию. Подача информации в такой специфической форме позволяет создать и улучшить имидж бренда, сформировать представления о прошлом, настоящем и будущем бренда, компании, человека,

товара или услуги. Если сторителлинг выполнен верно, то он позволяет эффективно мотивировать аудиторию к продолжению коммуникации через интерес, помогает потребителям систематизировать информацию об истории компании, бренда и т.д., позволяет формировать лояльность потребителей, обосновывать право бренда быть лучшим среди конкурентов, или вовлекать потребителей в более детальное изучение продукта, товара, услуги, биографии человека. Одним из самых известных примеров сторителлинга является создание образа и истории о Санта-Клаусе, созданный компанией Соса-Солла. При всем при этом сторителлинг не является рекламой, не вызывает отторжения, тем он и интересен как инструмент. Люди любят истории живых или вымышленных персонажей – полковника Сандерса, например, основателя сети KFC. В настоящий момент в социальных сетях полковник Сандерс представлен искусственно созданным с помощью компьютерных технологий персонажем. История как хорошая книга может захватить аудиторию, будет вызывать симпатию к главному герою среди ЦА и держать ее в напряжении и ожидании развязки, а все нити повествования находятся в руках маркетологов. Сторителлинг воздействует на эмоциональную сферу потребителей, вовлекая их в добровольную длительную коммуникацию.

В заключение статьи следует отметить, что социальные сети имеют большой потенциал в стимулировании продаж в современной торговле в силу огромного потенциала развития [1]. В России еще продолжается рост пользователей социальных сетей, в том числе за счет подключения людей старшего возраста, кроме того, люди имеют по несколько аккаунтов разных социальных сетей и все чаще совершают покупки через интернет.

Список литературы

1. *Канаева А.Ф., Никишин А.Ф.* Социальные сети в стимулировании продаж. // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 12-11. С. 74-76.
2. *Пищук И.П.* Увеличение продаж с помощью социальных сетей. // Маркетинг и логистика. 2018. № 2 (16). С. 55-61.
3. *Севодина В.М., Петров А.Д.* Методика настройки рекламной кампании через социальные сети в сфере B2B продаж.// Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. С. 579.

УДК 657.6

ДОСТОВЕРНОСТЬ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ THE RELIABILITY OF THE ACCOUNTING (FINANCIAL) REPORTING AS A CONDITION OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF ORGANIZATION MANAGEMENT

**Корчагина Людмила Михайловна
Korchagina Lyudmila Mikhailovna**

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Россия, Москва
Plekhanov Russian University of Economics, Russia, Moscow
(e-mail: lmk-puzzle@inbox.ru)*

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы, связанные с достоверностью информации, предоставляемой бухгалтерской (финансовой) отчетностью, а также предложены направления повышения качества учетной информации.

Abstract: The article deals with the problems associated with the reliability of the information provided by the accounting (financial) reporting, as well as the directions of improving the quality of accounting information.

Ключевые слова: достоверность, надежность, бухгалтерская (финансовая) отчетность, международные стандарты, эффективность, управленческие решения.

Keywords: reliability, reliability, accounting (financial) reporting, international standards, efficiency, management decisions.

Для принятия эффективных управленческих решений необходимо, чтобы информация, предоставляемая бухгалтерской (финансовой) отчетностью была достоверной и своевременной.

Для того, чтобы учетные данные были достоверными, необходимо выполнение следующих условий:

- документирование всех хозяйственных операций;
- правильное проведение инвентаризации;
- корректная стоимостная оценка имущества.

Требование достоверности тесно связано с такими качественными характеристиками информации, содержащейся в бухгалтерской отчетности, как:

- понятность;
- уместность;
- надежность;
- нейтральность;
- своевременность.

Вышеперечисленные характеристики учетной информации влияют на эффективность принимаемых управленческих решений. [1]

В связи с реформированием бухгалтерского учета и переходом на международные стандарты бухгалтерская отчетность становится практически единственной информационной базой, которая достоверно и объективно отражает финансово-хозяйственное состояние организации. [5]

Можно выделить следующие качественные характеристики учетной информации, используемой на международном уровне:

- понятность;
- уместность (значимость);
- надежность (достоверность).

Можно выделить следующие требования, которым должна удовлетворять достоверная информация:

- справедливому пониманию;
- приоритету содержания перед формой;
- нейтральности;
- осмотрительности;
- полноте;
- сопоставимости (сравнимости). [2]

Повысить достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности возможно путем устранения причин возникновения неопределенности в бухгалтерском учете. Важной задачей, которую необходимо решить мировому бухгалтерскому сообществу, является максимальное снижение убытков от использования учетной информации низкого качества.

Существование неопределенности в бухгалтерском учете обусловлено как объективными, так и субъективными факторами.

К объективным факторам относятся частые изменения, происходящие в законодательной базе, регулирующей финансово-хозяйственную деятельность организации. Среди субъективных факторов следует выделить недостаточно высоким уровнем квалификации бухгалтеров, а также административно-управленческого персонала организации.

В настоящее время не существует точного определения понятия «неопределенность». Как правило, под «неопределенностью» понимают неполное и неточное предоставление

информации, в результате чего невозможно осуществить точный прогноз дальнейшего развития компании. [6]

Международные стандарты указывают на необходимость предоставлять информацию о неопределенностях и рисках, которые возникают в процессе деятельности организации. Представляется, что для уменьшения рисков необходимо регулярно проводить независимые проверки хозяйственных операций. А для этого должны быть направлены усилия на совершенствование системы внутреннего контроля в организации. [3,4]

Таким образом, в настоящее время необходимо пересмотреть методологические подходы к формированию учетной информации, а также направить усилия на совершенствование стандартов бухгалтерского учета и аудита.

Список литературы

1. *Арбатская Т.Г.* Понятие достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2006. N 4. С. 10 - 12.
2. *Гриднева Е.Е.* Проблема достоверности информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности // Актуальные вопросы экономических наук. 2011. N 22-2. С. 54 - 57.
3. *Касюк Е.А.* Внутренний корпоративный контроль: принципы и интеграция подходов к организации // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2014. N 3. С. 38 - 44.
4. *Попов С.Б.* Система внутреннего контроля - составная часть менеджмента качества // Деньги и кредит. 2015. N 7. С. 59 - 63.
5. *Пятов М.Л.* Достоверность бухгалтерской отчетности // Бухгалтерский учет. 2011. N 6. С. 91 - 93.
6. *Хмелев С.А., Горюнов А.Г.* Обеспечение надежности и достоверности бухгалтерской отчетности предприятия в условиях риска // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2011. N 4. С. 264 - 267.

УДК 338.22

ФИНАНСОВАЯ ОЛИГАРХИЯ ПРОТИВ ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ THE FINANCIAL OLIGARCHY AGAINST INDUSTRIAL DEVELOPMENT

Коршунов Анатолий Михайлович
Korshunov Anatoly Mikhaylovich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: amk-korsh@bk.ru)

Аннотация: Финансовая олигархия России действует в интересах глобальных банковских холдингов, препятствует промышленному развитию и освоению новых технологий.

Abstract: The financial oligarchy of Russia acts in the interests of global banking holdings, prevents industrial development and the development of new technologies.

Ключевые слова: финансовая олигархия, приватизация, банковский кредит, промышленное развитие.

Keywords: financial oligarchy, privatization, bank loan, industrial development.

Т. Пикетти обратил внимание на современную особенность финансового капитала, главная дестабилизирующая сила которого обусловлена тем, что частная доходность капитала может заметно и в течение длительного времени превышать темпы роста дохода и производства. Это означает, что рекапитализация имущества, накопленного в прошлом, протекает быстрее, чем растут производство и зарплаты. Это неравенство отражает

фундаментальное логическое противоречие. Предприниматель неизбежно склонен превращаться в рантье и усиливать свое господство над теми, кто владеет лишь собственным трудом. Накопленный капитал воспроизводит себя сам быстрее, чем увеличивается производство. Прошлое пожирает будущее⁵.

Крупнейшие в мире банки практически перестали зарабатывать деньги на кредитных операциях. Ведь учетные ставки центральных банков многих стран, входящих в зону «золотого миллиарда» стремятся сегодня к нулю. Деньги «печатаются» не для того, чтобы банки занимались кредитными операциями. Банки занимались и продолжают заниматься тем, что полученные от ФРС, ЕЦБ, Банка Англии, Банка Японии деньги они направляют на скупку разных активов по миру. Это уже не кредиты, а одностороннее перемещение денег – «инвестиционные операции». Эту скупку можно сравнить с планом молниеносного захвата Гитлером восточных земель (блицкриг). Вместо танков и самолетов используется продукция «печатных станков» ФРС, ЕЦБ, других центральных банков из зоны «золотого миллиарда».

При этом операция предполагает наличие в захватываемых странах «пятой колонны», которая готовит национальные активы к приватизации и занимается удушением национальных предприятий.

Банк России при этом в рамках своей «валютной политики» поддерживает заниженный курс рубля, что позволяет иностранным инвесторам скупать активы в России за копейки. Предприятий с участием иностранного капитала – 70% (по сведениям Росстата – 17,2% в промышленности и 33,6% – в торговле), в том числе оффшорного – 40%⁶. Депутат Госдумы РФ Е.А. Федоров в 2010 г. заявил, что 95% крупных российских предприятий принадлежат оффшорам⁷.

В сентябре 2012 г. ФРС начала третью фазу «количественных смягчений» и именно в это время в России была проведена частичная приватизация Сбербанка (солидный пакет акций перешел к иностранному инвестору). Надо помнить, что по капитализации он занимает среди российских компаний третье место, уступая лишь Газпрому и Роснефти и опережая Лукойл, и имеет особый статус, в соответствии с которым государство несет бремя покрытия возможных рисков (прежде всего, риск неплатежеспособности банка).

Главный акционер Сбербанка ЦБ РФ в сентябре 2012 г. продал 7,58 % акций Сбербанка за 5,2 миллиарда долларов (159,3 миллиарда рублей), что, по заявлению Правительства, стало крупнейшей приватизационной сделкой в России. Доля Банка России в акционерном капитале понизилась до 50 % плюс одна акция. Практически все предложенные акции скупили иностранные банки и финансовые компании. Среди них структуры, подконтрольные «лучшему другу» России и известному спекулянту Джорджу Соросу. От участия в покупке акций были отсечены конкурентоспособные российские организации. Доля иностранцев в акционерном капитале Сбербанка в результате операции возросла до 45,6 %⁸. Доля американских инвесторов в торгуемых на биржевых площадках «свободных» акциях Сбербанка достигла 40%. Финансовым воротилам из Великобритании принадлежит 29,5% акций СБ. Итого почти 70% «свободных» акций у американцев и британцев, которые в ежедневном режиме грозят России новыми пакетами санкций. То есть, главные бенефициары «государственного» Сбербанка – финансовые спекулянты из США и Великобритании. Именно они по итогам 2017 г. получили от СБ в виде дивидендов, по меньшей мере, 1 млрд долларов.

⁵ Пикетти Т. Капитал в XXI веке. – М.: Ад Маргинем Пресс. - 2015. – с. 585.

⁶ Симчера В.М. В стране взяла верх государственная идеология дезинформации // Деловая электронная газета Татарстана. 01 апреля 2016. URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/306470> (дата обращения: 30.04.2019).

⁷ 95% российской промышленности принадлежит иностранным оффшорам! // Персональный сайт депутата Госдумы РФ Е.А.Федорова. URL: <http://eafedorov.ru/node904.html> (дата обращения: 30.04.2019).

⁸ Катасонов В. О приватизации Сберегательного банка // Сайт «Русская народная линия». URL: https://ruskline.ru/news_rl/2012/10/03/o_privatizacii_sberbanka (дата обращения: 30.04.2019).

В марте 2016 г. в Минэкономразвития состоялась встреча посла США в РФ Джона Теффта с министром А. Улюкаевым. В ходе беседы обсуждалась возможность участия американских банков в организации приватизационных сделок в РФ⁹. На участие в приватизации российских государственных активов подали заявки банки Citi, Credit Suisse, UBS, UniCredit, Raiffeisen, а также американский J.P.Morgan, британский Barclays и немецкий Deutsche Bank.

За спиной названных банков, да и в целом глобальных банковских структур, стоят четыре глобальных финансовых холдинга: BlackRock, Fidelity, StateStreet и Vanguard. О них мало кто слышал, а, между тем, это действительно гиганты, на фоне которых те же Citi или Goldman Sachs кажутся просто карликами. То есть это некая финансовая сверхэлита, «банкиры последней инстанции», истинные «хозяева денег» современного мира.

Банк России (вкуче с Минфином России) также оказывает неопределимую услугу мировым банкам. Так, указанные «денежные власти» всячески сжимают объем денежной массы в российской экономике, доводя тем самым предприятия реального сектора экономики до банкротства. Под видом «таргетирования инфляции» Банк России сжимает денежную массу в стране и поддерживает процентные ставки по кредитам на уровне, несовместимом с жизнью компаний. Десятки тысяч компаний как «неперспективные» будут без всякого сожаления ликвидированы. Доля убыточных предприятий превышает 66%.¹⁰ Производственные площадки стали нерентабельной обузой при нынешнем уровне износа производственных мощностей (от 75 до 85%) и ценах на услуги естественных монополий (прежде всего, на электроэнергию), которые ежегодно растут на 15-20%.

Только за 2014-2017 гг. Россия потеряла около 20 трлн руб. невыпущенной продукции и 10 трлн руб. несделанных инвестиций из-за политики Банка России по сжатию кредитного предложения – не говоря уже о вывезенных за рубеж примерно 2 трлн долл.¹¹ Чистый отток капитала частным сектором из России по итогам 2018 года вырос в 2,7 раза в годовом выражении и составил 67,5 млрд долларов¹². Зарубежные активы, сформировавшиеся в результате различных видов вывода капитала из страны, составляют на сегодняшний день 3-4 трлн. долл. Для сравнения: по оценкам Всемирного банка, ВВП России в 2017 году был равен 1,58 трлн. долл. По тем же оценкам, бюджетные доходы России в 2017 году в валютном эквиваленте составили 254 млрд., расходы – 287 млрд. долл. Получается, что за пределами страны имеются активы российского происхождения, примерно в 15 раз превышающие величину годового бюджета РФ¹³.

Напомним, что, согласно официальным данным Росстата, средняя норма рентабельности активов российской экономики не превышает 6,5%, а рентабельность проданных товаров, оказанных услуг и выполненных работ составляет 9,6%. При этом только по официальным оценкам органов государственной статистики, рентабельность в добыче сырья достигает 35-40%. Тогда как в обрабатывающей промышленности составляет менее 12%, в производстве машин и оборудования с трудом дотягивает до 9%, а в сельском

⁹ Умысел: США хотят участвовать в новой приватизации // Сайт «Завтра». URL: http://zavtra.ru/word_of_day/privatizatsiya (дата обращения: 30.04.2019).

¹⁰ Симчера В.М. В стране взяла верх государственная идеология дезинформации // Деловая электронная газета Татарстана. 01 апреля 2016. URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/306470> (дата обращения: 30.04.2019).

¹¹ Глазьев С.Ю. Россия: главные аспекты мобилизационного проекта. Авторский доклад Изборскому клубу Сергея Глазьева // Персональный сайт С.Ю. Глазьева. URL: <https://www.glazev.ru/articles/6-jekonomika/59411-rossija-glavnye-aspekty-mobilizatsionnogo-proekta> (дата обращения: 30.04.2019).

¹² Чистый отток капитала из России в 2018 году вырос в 2,7 раза // Электронный ресурс «Коммерсант.ру». URL: https://www.kommersant.ru/doc/3855785?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения 30.04.2019).

¹³ Катасонов В. Бегство капитала из России – новые тенденции // Электронный ресурс «Фонд стратегической культуры». URL: <https://www.fondsk.ru/news/2018/12/19/begstvo-kapitala-iz-rossii-novye-tendencii-47319.html> (дата обращения: 30.04.2019).

хозяйстве и АПК не превышает 6,5-7%. При этом кредит в России в лучшем случае можно получить по 12-15% годовых.

Например, в 2017 г. Минфин договорился с банками о предоставлении бюджетов регионам. Кредиты предоставляются под ставку на процент выше ключевой. До этого они предоставлялись под символическую ставку менее 1 процента. В 2017 г. ставка составляла 9 процентов. По этому поводу академик С.Ю.Глазьев замечает: «у банков накопилось много избыточных денег. И Минфин подставляет им плечо. Минфин — служанка, он обслуживает интересы крупных, ставших олигархическими, банков. Посмотрите, какие там зарплаты и доходы. Трллионы рублей прибыли, хотя сколько обанкротившихся предприятий. А для регионов это, конечно, удар. Потому что заемщик не может брать кредит под ставку выше, чем его темп роста доходов. Какие регионы у нас имеют рост доходов более 9 процентов?»¹⁴. Под псевдонаучные лозунги о необходимости «борьбы с инфляцией» и «накопления подушки безопасности» Банк России и Минфин проводят стерилизацию «избыточной», с их точки зрения, денежной массы. Чем усугубляют денежный голод, усиливают дефицит доступных кредитных ресурсов, разгоняют ставки по кредитам и тем самым раскручивают спираль инфляции издержек.

Советник Президента РФ С.Ю. Глазьев подчеркивает, что сегодня наша экономика работает на две трети от потенциального выпуска, по ряду отраслей более половины мощностей простаивают, в том числе – новых, недавно введенных. Самое слабое место здесь – отсутствие кредита. ЦБ уже откачал из экономики России триллион рублей через депозитный аукцион. Все желающие банки вместо кредитования экономики могут положить их на депозит в ЦБ. В ближайшие три года этот аукцион станет главным механизмом регулятора – а значит примерно по триллиону в год у страны будет изыматься и далее.

Порядка двух триллионов иностранные спекулянты связали на бирже через инструмент «carry trade», выводя половину своих доходов за границу. Поэтому на фоне выкачивания денег из реального сектора мы наблюдаем настоящий бум в секторе спекулятивном. Здесь и режутся главные бенефициары проводимой политики. Объем операций на ММВБ за последние месяцы вырос в пять раз. Вследствие свободного плавания курса рубля единственный источник сверхприбыли сегодня – спекуляции.

Потому деньги из промышленного сектора нашей экономики и кочуют в финансовый. Сейчас здесь крутится 15 годовых ВВП России. Фактически ЦБ отрезал наше производство, рентабельность которого ниже необоснованно высокой ключевой ставки, от дешевых кредитов. Сегодня банковский сектор выдает в основном короткие и дорогие деньги, отсюда высокая степень перекредитованности предприятий, близость многих из них к банкротству. В реальности у нас происходит «спираль деградации»: ЦБ борется с инфляцией путем повышения процентных ставок. Это ведет к усыханию кредита и падению инвестиций, как следствие идет нарастание технологического отставания России от других стран. Падает конкурентоспособность, происходит девальвация рубля¹⁵.

В Федеральном законе о Центральном банке Российской Федерации в статье 3 записано: «Получение прибыли не является целью деятельности Банка России». В то же время сегодня ЦБ России является самой крупной в России бизнес-структурой по величине активов. По данным годового отчета Банка России, на конец прошлого года его активы составили 28,97 трлн. руб. Если бы Банк России составлял консолидированную отчетность, включающую Сбербанк России как свою «дочку», то совокупные активы составили бы сумму, превышающую 52 трлн. руб., а общая сумма чистой прибыли оказалась бы равной

¹⁴ Сергей Глазьев: Минфин — служанка у олигархических банков // Официальный сайт Изборского клуба. URL: <https://izborsk-club.ru/14102> (дата обращения: 30.04.2019).

¹⁵ Центробанк переполнил чашу народного терпения // Электронный ресурс «Колокол России». URL: <http://kolokolrussia.ru/ekonomika/centrobank-peropolnilchashunarodnogo-terpeniya> (дата обращения: 30.04.2019).

(округленно) 586 млрд. руб.¹⁶. Для сравнения: активы таких гигантов российской экономики, как Газпром и Роснефть, в конце прошлого года равнялись 16,9 и 9,1 трлн. руб. соответственно.

Нынешняя катастрофическая ситуация с масштабным бегством капитала (60-80 млрд. долл. ежегодно) и незаконным вывозом активов в оффшорные юрисдикции (40-45 млрд. долл. официально и порядка 150-200 млрд. по экспертным оценкам) является прямым следствием незаконной приватизации 1990-х годов, которая была осуществлена с грубейшими нарушениями действовавшего законодательства. И до сих пор воспринимаются подавляющим большинством россиян как инструмент незаконного отъема государственной (т.е. принадлежащей гражданам) собственности и разворовывания имущества.

Олигархи никогда не будут признаны законными владельцами тех активов и состояний, которыми обладают сегодня. И именно по этой причине российские «эффективные собственники» (за очень редкими исключениями) в спешном порядке вывозят свои активы в оффшоры и вместо реальной модернизации производств занимаются проеданием оборотного капитала, хищнической эксплуатацией производственных мощностей, а также паразитированием на доставшемся в наследство научно-техническом и инфраструктурном потенциале Советской эпохи.

По мере роста оффшоризации экономики и исхода российского капитала в «налоговые гавани» государство теряет контроль над управлением экономикой и финансовой системой. Реальные рычаги управления сосредоточены за пределами России. Никто не знает, кто же является реальным владельцем крупнейших российских промышленных компаний, инфраструктурных монополий и банков – формальными собственниками являются граждане России. Однако в силу схем перекрестного владения собственностью, заложенности активов по кредитам иностранных банков и т.д. контроль над финансово-экономической сферой перемещается в руки неизвестных инвестиционных фондов и международных банков.

Мир (и Россия) вступает в период технологических и структурных трансформаций, которые характеризуются углубленным освоением пятого и переходом к шестому технологическому укладу. Сегодня более всего Россия отстает от мировых показателей в конвергентных технологиях, на которые в мире сейчас возлагают огромные надежды. За счет производств, связанных с технологиями 6 уклада в США в 2016 г. произведено около 8% ВВП, в России – около 1%. Очевидно, что без инвестиций в новые технологии и промышленность, обеспечивающую ее освоение, страна будет неконкурентоспособна и попадет во всемирный «банковский концлагерь»¹⁷. Россия обладает достаточным потенциалом, чтобы реализовать позитивный сценарий и обеспечить экономический суверенитет.

Список литературы

1. Глазьев С.Ю. Россия: главные аспекты мобилизационного проекта. Авторский доклад Изборскому клубу Сергея Глазьева // Персональный сайт С.Ю. Глазьева. URL: <https://www.glazev.ru/articles/6-jekonomika/59411-rossija-glavnye-aspekty-mobilizatsionnogo-proekta> (дата обращения: 30.04.2019).

2. Глазьев С. Ю. Минфин — служанка у олигархических банков // Официальный сайт Изборского клуба. URL: <https://izborsk-club.ru/14102> (дата обращения: 30.04.2019).

3. Катасонов В. О приватизации Сберегательного банка // Сайт «Русская народная линия». URL: https://ruskline.ru/news_rl/2012/10/03/o_privatizacii_sberbanka (дата обращения: 30.04.2019).

¹⁶ Катасонов В. Центробанк занялся бизнесом всерьез // Электронный ресурс «Регнум». URL: <https://regnum.ru/news/economy/2349836.html> (дата обращения: 30.04.2019).

¹⁷ Катасонов В.Ю. Ограбление России. Рэкет и экспроприации Вашингтонского обкома! – М.: Книжный мир, 2016. – 288 с.

4. *Катасонов В.* Бегство капитала из России – новые тенденции // Электронный ресурс «Фонд стратегической культуры». URL: <https://www.fondsk.ru/news/2018/12/19/begstvo-kapitala-iz-rossii-novye-tendencii-47319.html> (дата обращения: 30.04.2019).
5. *Катасонов В.* Центробанк занялся бизнесом всерьез // Электронный ресурс «Регнум». URL: <https://regnum.ru/news/economy/2349836.html> (дата обращения: 30.04.2019).
6. *Пикетти Т.* Капитал в XXI веке. – М.: Ад Маргинем Пресс. - 2015. – с. 585.
7. *Симчера В.М.* В стране взяла верх государственная идеология дезинформации // Деловая электронная газета Татарстана. 01 апреля 2016. URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/306470> (дата обращения: 30.04.2019).
8. 95% российской промышленности принадлежит иностранным оффшорам! // Персональный сайт депутата Госдумы РФ Е.А.Федорова. URL: <http://eafedorov.ru/node904.html> (дата обращения: 30.04.2019).
9. Умысел: США хотят участвовать в новой приватизации // Сайт «Завтра». URL: http://zavtra.ru/word_of_day/privatizatsiya (дата обращения: 30.04.2019).
10. Чистый отток капитала из России в 2018 году вырос в 2,7 раза // Электронный ресурс «Коммерсант.ру». URL: https://www.kommersant.ru/doc/3855785?utm_source=uxnews&utm_medium=desktop (дата обращения 30.04.2019).
11. Центробанк переполнил чашу народного терпения // Электронный ресурс «Колокол России».
12. URL: <http://kolokolrussia.ru/ekonomika/centrobank-perepolnilchashunarodnogo-terpeniya> (дата обращения: 30.04.2019).

УДК 159.9

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В СФЕРЕ МОДНОЙ ОДЕЖДЫ PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF FASHION CONSUMPTION

Костригин* Артем Андреевич, Стоюхина Наталья Юрьевна
Kostrigin Artem Andreevich *, Stoyukhina Natalia Yurievna****

* *Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Москва*

* *The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: artdzen@gmail.com)*

** *Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия*

** *Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia
(e-mail: natast0@rambler.ru)*

Аннотация. В статье обсуждается одно из актуальных направлений в психологии моды – потребительское поведение. Среди направлений этой области рассматриваются: поиск эффективных стратегий маркетинга и продвижения брендовой одежды, ориентированной на конкретные потребности клиентов; личностные факторы выбора потребителем того или иного бренда; влияние поведения продавца на предпочтения клиента; типологии личности потребителя брендовой одежды; разработка моделей принятия решения потребителем при выборе одежды.

Abstract. This article discusses one of the new directions in psychology of fashion - consumer behavior. Among the areas of the area the author mentions: the search for effective marketing strategies and promotion of brand clothing targeted to specific customer needs; personal factors of consumer choice of particular brand; influence of the behavior of the seller to the customer's

preferences; personality typology of consumer of brand clothing; development of models of consumer decision-making when choosing clothes.

Ключевые слова: психология моды, потребитель, потребительское поведение, принятие решений, восприятие моды.

Keywords: psychology of fashion, consumer, consumer behavior, decision making, fashion perception.

Одной из наиболее прогрессивно развивающихся прикладных областей социальной психологии является психология моды. Российские исследования сосредоточены, прежде всего, на следующих проблемах: связь личностных характеристик и стиля одежды [3; 5], разработка психологических теорий формирования одежды и моды [1; 8], социально-психологические характеристики моды (восприятие, имидж, самопрезентация) [2; 4; 9].

В данной работе автор ставит задачу провести теоретический обзор англоязычной научной литературы по проблемам психологии потребительского поведения в сфере моды [7]. Данная проблематика является новой для отечественной науки и находится на стыке психологии, социологии и экономики. Значимость обращения к вопросам психологии потребления модной одежды позволит наметить теоретические и прикладные перспективы дальнейшего развития данной сферы психологической науки.

Личностные особенности потребителей моды

Одно из направлений исследований сосредоточено на изучении особенностей предпочтений потребителями, клиентами того или иного бренда в одежде. Вводится понятие «бренд-личность» (brand personality), в которой определяется несколько измерений: искренность, восхищение, профессионализм (компетентность), изысканность, суровость (жесткость) [10]. Так, F. Chegini, S.B. Molan и S.S. Kashanifar на материале Иранской выборки показывают, что существует положительная корреляция между культурными ценностями и предпочтениями бренда у покупателей [12]. По их мнению, примерно 40% предпочтений зависят от ценностей, и что наибольший вклад в выбор бренда вносит «ощущение успеха».

Интересную задачу поставили V. Joshi и P. Joshi: они изучили потребительское поведение у инноваторов и консерваторов в моде [14]. Инноваторы являются более уверенными и самостоятельными в процессе принятия решения относительно покупки. Главным мотивом при приобретении одежды является ее привлекательность и стильность. Они стараются сделать свой имидж в виде какого-либо публичного заявления. Инноваторы считают, что они осведомлены о моде больше, чем все остальные, т.к. они следят за последними новостями моды по журналам, ТВ-программам, блогам в Интернете. Они покупают одежду только в магазинах, которые специализируются на узком ряде вещей. В итоге, инноваторы в моде очень разборчивы в выборе и сильно обеспокоены своей привлекательностью и модностью. В противоположность им консерваторы в покупке вещей ориентируются на скидки и специальные предложения, их решение зависит от цены. Они часто советуются с женщинами по поводу того, что сейчас модно и популярно. Покупают одежду в торговых центрах и обращают внимание на качество товара. Консерваторы стараются приобретать вещи так, чтобы они прослужили долго.

L.S. McNeill разработал классификацию типов личностной идентичности женщин, вовлеченных в моду [17]: 1) неустойчивая модная идентичность характеризуется тем, что женщина озабочена своим внешним видом, разбирается в направлениях моды, однако не уверена в себе и своем стиле, постоянно сравнивает себя с другими в негативном ключе, что она хуже выглядит и пр.; 2) устойчивая модная идентичность выражается в том, что женщина увлечена модой, уверена в себе и своем стиле, она может сравнивать себя с другими, но к различиям относится в позитивном ключе, находя в этом новые идеи и вдохновения; 3) доминантная модная идентичность определяется как использование женщиной своего стиля и внешнего вида как инструмента и «оружия» для достижения поставленных профессиональных целей, такая женщина может создавать стиль под

определенные задачи и носить одежду, которая, возможно, ей не нравится или не подходит, но обслуживает определенные интересы; 4) идентичность, независимая от моды, присутствует у такой женщины, которая заботится о своем внешнем виде, но не вовлечена в пространство моды, приобретает одежду не исходя из ее популярности или бренда, а из соображений качества, долговечности и соответствия ее представлениям о себе; 5) ролевая модная идентичность выражается в том, что женщина изменяет свой внешний вид исходя из той группы, под которую она хочет подстроиться. В таком случае женщина осведомлена о моде, разбирается в ней, но у нее неустойчивая личностная идентичность, что заставляет ее всегда находиться в поиске себя.

Потребительское поведение в отношении высокостатусной и брендовой одежды (status consumption)

Одним из ярких феноменов в приобретении одежды является стремление обладать статусными, брендовыми вещами (status consumption, luxury consumption), которые характеризуются известностью марки и дороговизной. Это подчеркивает социальный статус человека, работает на его имидж, т.е. обладает социальными функциями.

В настоящее время с повышением доходов людей данный феномен получает все большее распространение. S. Giovannini, Y. Xu и J. Thomas обращаются к изучению приобретения брендовой одежды у современного поколения людей-миллениалов (поколение Y), которое отличается от предыдущих тем, что большое значение для их самооценки играет публичный имидж, публичная Я-концепция, а также связь их внешнего вида (в частности, присутствия брендовой одежды) и их самосознания [13]. Они отмечают, что таких людей образуется и ярко выражено так называемое брендовое сознание (brand consciousness) их экономическое и потребительское поведение направлено на его поддержание. Т.к. миллениалы сильно вовлечены в цифровое и медиа пространство, маркетинг направлен на то, чтобы в Интернете, в кино, компьютерных играх и других публичных явлениях присутствовали бренды, т.к. именно для людей поколения Y это играет значимую роль. Более того, миллениалы хотят, чтобы их «брендовость», наличие у них брендовой одежды и других атрибутов было максимально заметно. Поэтому они делают свое потребление видимым, привлекающим внимание, т.е. демонстративным.

M.N. Kastanakis и G. Balabanis отмечают, что в приобретении брендовой одежды важную роль играет ее демонстрационная составляющая, т.е. показательная, явная покупка (conspicuous luxury consumption), чтобы видели окружающие [15]. По результатам их исследования установлено, что: приобретение брендовой одежды связано с покупкой только известных товаров (bandwagon consumption, приобретение исключительно брендов), которые покупает узкий круг людей (snob consumption, прекращение приобретения товаров, которые покупает множество других людей, и приобретение только тех, которые никто в его окружении не покупает); основывается на двух типах Я-концепции: «Я в глазах других», которая ведет к приобретению популярного товара (bandwagon consumption), «Я в своих глазах», которая ведет к покупке уникальной одежды, которой нет у других (snob consumption). Таким образом, приобретение брендовой одежды базируется на поиске статуса, но имеет два направления: 1) носить популярную одежду, которая говорит о том, что я в ногу со временем, «в тренде»; 2) носить уникальную, редкую одежду, которая подчеркивает мое непохожесть на других. Соответственно, необходимо дифференцированно подходить к анализу потребительского поведения в сфере брендовой одежды и разделять типы людей в данной деятельности.

Принятие решения в процессе приобретения модной одежды

J. Li и Y. Li критикуют классические компьютерные модели принятия решения, которые основываются только на рациональных, логических конструкциях. Однако человеческое поведение иногда подвержено иррациональным факторам, и принятие решения в сфере моды может быть обусловлено не только критериями полезности, соотношения цены и качества, комфорта, но и эффектом привлекательности, эффектом подобия, эффектом компромисса и контекстом [16]. По мнению исследователей, необходимо, чтобы модели

принятия решений в сфере моды учитывали контекстуальные, динамичные и случайные характеристики. Применяя генетический алгоритм (Genetic Algorithm) и теорию поля мульти-альтернативного решения (Multi-alternative Decision Field Theory), ученые успешно показали высокий процент точности предсказания выбора испытуемым того или иного набора предпочитаемых характеристик одежды, причем выбор был обусловлен тремя контекстуальными эффектами: эффект сходства, эффект привлекательности и эффект компромисса.

На выбор одежды влияет Я-концепция личности и ее самооценка. S. Anand и H. Kaur считают, что в модном поведении присутствует 4 формы Я-концепции (или аутентичности; self-congruity) личности: реальная, идеальная, реальная социальная, идеальная социальная [11]. Соответственно, можно выделить 4 мотива самовыражения: самосогласованность, самооценка, социальная самосогласованность и социально-одобряемый образ. Выбор одежды происходит исходя из того, как та или иная одежда соответствует этим формам Я-концепции и самовыражения. Наибольшее влияние на выбор человека оказывает актуальная Я-концепция (одежда подходит моей личности, помогает мне выразить меня, в этой одежде я чувствую себя комфортно, одежда является частью меня), идеальная Я-концепция (одежда помогает мне стать тем, кем я хочу, помогает добиться поставленных целей) и идеальная социальная Я-концепция (моя одежда говорит окружающим обо мне то, что я хочу, отражает мою индивидуальность для других, одежда создает именно тот образ меня, который я хочу донести до других).

Заключение

Проведенный обзор показывает, что в настоящее время проблема факторов потребительского поведения в сфере моды является очень актуальной проблематикой исследований. Т.к. мода является неотъемлемой частью общества и отдельного человека, то необходимо разрабатывать как теоретический, так и прикладной аспект изучения и применения психологических знаний в данной области.

Поведение потребителей модной одежды изучается по нескольким направлениям: личностные факторы выбора потребителем одежды вообще и того или иного бренда, приобретение высокостатусной, брендовой одежды, восприятие модной одежды, принятие решения в процессе приобретения модной одежды.

Список литературы

1. Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная психология одежды и моды // Вестник Университета Российской академии образования. 2015. № 3 (76). С. 44-50.
2. Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Методика «Шкала отношения к моде» (ШОМ) как диагностика личностных представлений о моде // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность» (Москва, 25-27 апреля 2016 г.). М.: МГУДТ, 2016. С. 18-24.
3. Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Общее и особенное в восприятии моды: постановка проблемы // Дизайн и технологии. 2013. № 38 (80). С. 97-104.
4. Калинина Н.В. Мода в контексте адаптационных ресурсов личности современной молодежи // Наука. Мысль. 2017. № 2. С. 60-64.
5. Карицкий И.Н. Психология моды: факторы моды и типы личности в сфере модной деятельности // Международной научно-практической конференции «Перспективы психологической науки и практики сборник статей» (Москва, 16 июня 2017 г.). М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. С. 473-477.
6. Килошенко М.И. Психология моды. М.: Издательство ОНИКС, 2006.
7. Костригин А.А. Современные зарубежные исследования психологии потребительского поведения в сфере моды // Наука. Мысль. 2016. № 10. С. 48-53.
8. Литке С.Г. Семантическая интеграция научной и эмпирической системы познания «психологии моды» // Устойчивое развитие науки и образования. 2017. № 10. С. 225-229.

9. Шкуратова И.П. Оформление внешности как средство самовыражения личности // Северо-Кавказский психологический вестник. 2015. № 2. С. 33-36.
10. Aaker J. Dimensions of brand personality // Journal of Marketing Research. 1997. Vol. 34. № 3. P. 347-356.
11. Anand S., Kaur H. Fashion self-congruity: scale development and validation // Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal. 2018. Vol. 22. № 2. P. 158-175.
12. Chegini F., Molan S.B., Kashanifar S.S. An examination of the impact of cultural values on brand preferences in Tehran's Fashion Market // Procedia Economics and Finance. 2016. Vol. 36. P. 189-200.
13. Giovannini S., Xu Y., Thomas J. Luxury fashion consumption and Generation Y consumers: Self, brand consciousness, and consumption motivations // Journal of Fashion Marketing and Management. 2015. Vol. 19. № 1. P. 22-40.
14. Joshi V., Joshi P. Fashion consumption for fashion innovators: A study of fashion consumption behaviour of innovators and non-innovators // International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering. 2015. Vol. 9. P. 1357-1361.
15. Kastanakis M.N., Balabanis G. Explaining variation in conspicuous luxury consumption: An individual differences' perspective // Journal of Business Research. 2014. Vol. 67. № 10. P. 2147-2154.
16. Li J., Li Y. Cognitive model based fashion style decision making // Expert Systems with Applications. 2012. Vol. 39. № 5. P. 4972-4977.
17. McNeill L.S. Fashion and women's self-concept: a typology for self-fashioning using clothing // Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal. 2018. Vol. 22. № 1. P. 82-98.

УДК 657.6

**ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
МАЛОГО БИЗНЕСА
THE ORGANIZATION OF THE INTERNAL CONTROL SYSTEM FOR SMALL
BUSINESSES**

**Ливадина Светлана Петровна
Livadina Svetlana Petrovna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: livadina@inbox.ru)*

Аннотация: Рассмотрены некоторые организации системы внутреннего контроля на малых и микропредприятиях. Представлены процедуры внутреннего контроля бухгалтерского учета и особенности их применения на малых предприятиях

Abstract: Some organizations of internal control system at small and micro enterprises are considered. Procedures of internal control of accounting and features of their application at small enterprises are presented

Ключевые слова: малый бизнес, внутренний контроль, процедуры внутреннего контроля

Keywords: small business, internal control, internal control procedures

Для развития экономики, экономического роста, насыщения рынка товарами, создания новых дополнительных рабочих мест важны не только крупные предприятия, но и

малые и микропредприятия. За последние годы в экономике России наблюдается увеличение численности малых предприятий (включая микропредприятий). Так по данным Федеральной службы государственной статистики количество малых предприятий выросло с 1836432 единиц в 2011 году до 2754577 в 2017 году, или на 49,99%. Доля малого и среднего предпринимательства в валовом внутреннем продукте Российской Федерации в 2017 году составила 21,9% [1].

В соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 N 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся юридические лица и индивидуальные предприниматели, соответствующие установленным условиям [2]. Эти условия можно разделить на 3 группы: критерии юридические, критерии по численности и критерии по доходу.

К юридическим критериям относятся требования связанные формированием уставного капитала. Так в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) юридических лиц суммарная доля участия Российской Федерации, ее субъектов, муниципальных образований, иностранных юридических или физических лиц, общественных и религиозных организаций и объединений, благотворительных и иных фондов не должна превышать 25% (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов). В уставном (складочном) капитале (паевом фонде) юридических лиц доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать 25%;

По критерию численности выделяют следующие категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

- средние предприятия — от 100 до 250 человек включительно;
- малые предприятия — до 100 человек включительно;
- микропредприятия — до 15 человек [2];

Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий год для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства не должна быть больше:

- средние предприятия — 2000 млн руб.;
- малые предприятия — 800 млн руб.;
- микропредприятия — 120 млн руб. [3].

Приведенные критерии позволяют отметить, что малые предприятия могут очень сильно различаться по масштабам деятельности и численности. И рассматривая вопросы организации системы внутреннего контроля это необходимо учитывать.

Остановимся сначала на общем понятии внутреннего контроля. Закон "О бухгалтерском учете" требует организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни [4]. При этом экономический субъект, бухгалтерская (финансовая) отчетность которого подлежит обязательному аудиту, обязан организовать и осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности (за исключением случаев, когда его руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя). При этом порядок организации внутреннего конечно будет зависеть от масштабов деятельности предприятия, особенностей системы управления. Таким образом если на малом предприятии или микропредприятии руководитель принял ведение бухгалтерского учета на себя, отсутствует требование необходимости организации системы внутреннего контроля.

На наш взгляд согласиться с данной позицией нельзя. Внутренний контроль позволяет получить уверенность в том, что на предприятии обеспечивается эффективность и результативность деятельности, достоверность и своевременность бухгалтерской (финансовой) и иной отчетности, соблюдение законодательства при ведении бухгалтерского учета.

В некоторых случаях эффективность внутреннего контроля может быть ограничена. Возникают различные внешние обстоятельства на которые руководство экономического субъекта повлиять не может. Это изменения законодательства, экономической ситуации в отрасли, регионе, стране. Также возможны ошибки, связанные с принятием решений, ведением бухгалтерского учета и составлением бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Организация системы внутреннего контроля зависит от характера и масштабов деятельности экономического субъекта и особенностей его системы управления. В соответствии с рекомендациями Минфина РФ [5] внутренний контроль осуществляют:

- органы управления экономического субъекта;
- ревизионная комиссия (ревизор) экономического субъекта;
- главный бухгалтер или иное должностное лицо экономического субъекта, на которое возлагается ведение бухгалтерского учета;
- внутренний аудитор (служба внутреннего аудита) экономического субъекта;
- специальные должностные лица, специальное подразделение экономического субъекта, ответственные за соблюдение правил внутреннего контроля, предусмотренного иными федеральными законами;
- другой персонал и подразделения экономического субъекта.

Необходимо предложить систему мер, позволяющую организовать внутренний контроль даже на самом маленьком предприятии. Для малых предприятий и особенно микропредприятий этот перечень может быть сокращен на наш взгляд до нескольких пунктов:

- органы управления экономического субъекта;
- главный бухгалтер или иное должностное лицо экономического субъекта, на которое возлагается ведение бухгалтерского учета;

Это в первую очередь связано с организационной структурой управления на предприятии. Для малых предприятий и микропредприятий характерна линейная организационная структура. При линейном способе исполнитель получает указания и подчиняется только одному руководителю. Решения руководителя обязательны для выполнения сотрудниками, оптимальной рабочей группой следует считать коллектив, с руководством которым справляется один человек, что характерно для коллектива не превышающего 15 человек. Однако в этом случае руководитель отвечает за все стороны деятельности коллектива, обязан один выполнять весь комплекс управленческих работ и часто испытывает большую информационную перегрузку. Частично контрольные функции делегируются отдельным сотрудникам, что позволяет не создавать штатное подразделение, занимающееся контролем. Основная проблема в таком варианте организации СВК связана с опытом и квалификацией сотрудников малого предприятия, наделенных контрольными функциями.

Рассмотрим систему методов которые можно использовать при организации СВК при такой структуре управления и распределении полномочий. Представим процедуры внутреннего контроля бухгалтерского учета и особенности их применения на малых предприятиях (таблица 1). Контроль на таких предприятиях менее формален, но это не значит что он будет менее эффективен, чем на крупных предприятиях.

Таблица 1 - Характеристика процедур внутреннего контроля

Процедуры	Характеристика процедуры	Особенности применения на малых и микро предприятиях
документальное оформление операций и фактов хозяйственной жизни.	Записи в регистрах бухгалтерского учета должны осуществляться на основе первичных учетных документов	Должны выполняться общие требования, при этом малые предприятия могут использовать ограниченный (сокращенный) перечень учетных документов
проверка	Требования изложены в Федеральном	Должны выполняться общие

оформления первичных учетных документов на соответствие установленным требованиям	законе «О бухгалтерском учете», Налоговом кодексе РФ а также могут быть установлены в компании	требования изложенные в законодательных и нормативных документах
санкционирование хозяйственных операций	Разрешение на совершение операций дается персоналом более высокого уровня.	Все операции санкционирует только руководитель
Сверка данных	Сверка расчетов с поставщиками и покупателями, остатков наличных денежных средств с остатками денежных средств по данным кассовой книги, остатков по счетам учета материальных запасов с данными склада и др.;	Должны выполняться общие требования изложенные в законодательных и нормативных документах
Разграничение полномочий и ротация обязанностей	Подготовка первичных учетных документов, санкционирование хозяйственных операций и отражение их результатов в бухгалтерском учете, как правило, должны возлагаться на разных лиц	Возникают сложности с разграничением полномочий и ротацией кадров, связанные с ограниченной штатной численностью работающих
физический контроль	Охрана ценностей, ограничение доступа, инвентаризация объектов учета	Должны выполняться общие требования изложенные в законодательных и нормативных документах

В рамках всего предприятия к методам контроля можно отнести физические способы охраны и контроля. Малые предприятия и микропредприятия в основном арендуют отдельные помещения и сооружения для ведения производственной деятельности. Поэтому функции охраны перекладываются на арендодателей. Однако и сами предприятия могут предпринять дополнительные меры с ограничением доступа к материальным ценностям. К этой же категории можно отнести проведение инвентаризации активов. Повышение квалификации сотрудников также будет способствовать улучшению системы внутреннего контроля.

На уровне руководителя организации это будет мониторинг - ежедневный контроль над всеми финансовыми и хозяйственными операциями. Это связано с тем, что в таких организациях руководитель подписывает и визирует все документы, одновременно проверяя их.

На уровне отдельных сотрудников это разделение обязанностей при наличии штатных возможностей. Примером такого разделения в сфере бухгалтерского учета является наличие главного бухгалтера и кассира на предприятии. Главный бухгалтер наряду с руководителем организации санкционирует кассовые операции и проверяет порядок их ведения. Кассир непосредственно принимает и выдает денежные средства, ведет кассовую книгу, составляет кассовые отчеты. На небольших предприятиях очень часто главный бухгалтер выполняет функции кассира и отсутствует возможность разделения обязанностей.

Примеры средств внутреннего контроля, которые можно порекомендовать для малых и микропредприятий:

- разрешительные подписи руководителя на документах;
- подшивка документов в специальные папки с приложением реестров этих документов;
- подписи главного бухгалтера (сотрудника, отвечающего за ведение учета) на сформированных реестрах документов;

- организованный документооборот в соответствии с разработанным графиком;
- сверка расчетов;
- инвентаризация;
- анализ активов и пассивов;
- применение актуальных версий компьютерных программ ведения бухгалтерского учета;
- установление правил и процедур доступ к информационным системам, данным и справочникам, правила внедрения и поддержки информационных систем, процедуры восстановления и копирования данных;
- использование средств и сервисов проверки отчетов и деклараций, предусмотренных спецоператорами передачи данных.

Поэтому необходимо также создавать схемы последовательности решения управленческих задач, внедрять процедуры внутреннего контроля, использовать методы экономического анализа. Последовательность решения задач в сфере бухгалтерского учета может быть представлена на малом предприятии в виде графика документооборота. Тем более, что любое предприятие в соответствии с ПБУ 1/2008 [6] в приложении к учетной политике разрабатывает такой график.

Список литературы

1. http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/inst-preob/tab-mal_pr_m.htm
2. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 27.12.2018) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"
3. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 N 265 "О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства"]].
4. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ "О бухгалтерском учете"]].
5. Информация Минфина России N ПЗ-11/2013 "Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности"
6. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/2008, утв. приказом Минфина РФ от 06.10.2008 № 106н

УДК 159.99

СТИЛИ ТВОРЧЕСТВА В ЗЕРКАЛЕ НЕЙРОПСИХОЛОГИИ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЯ STYLES OF CREATIVITY IN THE MIRROR OF THE NEUROPSYCHOLOGY AND ART STUDIES

**Масленникова А.В., Нагибина Н.Л.
Maslennikova A.V., Nagibina N.L.**

*Центр развития человека, Институт ВВД и НФ РАН
Center of Human Development, Institute of Higher Nervous Activity and Neurophysiology of RAS*

Аннотация. В статье представлена системная гипотеза о психофизиологических предпосылках установок при решении задач, в том числе творческих. Различные установки в переработке информации о себе и о мире формируют как творца, так и его творческий стиль. Изучение процессов анализа и синтеза информации о себе и мире необходимо проводить на трех методологических уровнях – общем, типологическом и индивидуальном.

Abstract. The system hypothesis of psychophysiological prerequisites of installations at the solution of tasks is presented in article, including creative. Various installations in processing of

information on selves and about the world form both the creator, and his creative style. Studying of processes of the analysis and synthesis of information on self and the world needs to be carried out at three methodological levels – the general, typological and individual.

Ключевые слова. Стиль творчества, субъектцентрированность, объектцентрированность, психотип, осознаваемая и неосознаваемая установка

Keywords. Style of creativity, the subjektcentred, an objektcentred, psychotype, consciousness and unconscious

Проблема целей творчества, механизма и процесса творчества – одна из центральных в психологической науке. Несмотря на длинную историю поисков, гипотез, эмпирических исследований, до сих пор практически все основные вопросы этой проблемы остаются открытыми. Главным препятствием в ее решении является «пестрота» и бессистемность вариантов выводов. Подчеркивая сложность и комплексность проблемы творчества как предмета исследования, Я.А. Пономарев писал: «Несмотря на множество различных, подчас резко противоречивых представлений о проблеме творчества, все наши исследователи, активно работающие в этой области, сходятся сейчас на одном — на том, что эта проблема является комплексной. Такое единодушие в значительной мере объяснимо достигнутым осознанием сложности проблемы, невозможности эффективного продвижения в ней непосредственным путем. Однако, на этом и исчерпываются, по всей видимости, современные пределы единомыслия. Комплексный характер проблемы общепризнан, но теперь на пути дальнейшего развития ее решения встают все те трудности, которые характерны и для других комплексных проблем в сфере гуманитарных наук» (Пономарев Я.А., 1976, с. 26).

Задача, которую мы поставили в данной статье, показать, что всю палитру этих выводов можно уложить в непротиворечивую систему. Психофизиологические предпосылки установок при решении задач, в том числе творческих, о которых писали выдающиеся русские физиологи и нейропсихологи И.П. Павлов, А.А. Ухтомский, Н.А. Бернштейн, Б.В. Зейгарник, А.Р. Лурия, Б.М. Теплов и другие, создают объективную научную базу для такой системы. Различные установки в переработке информации о себе и о мире формируют как творца, так и его творческий стиль. «Индивидуальность большого художника не только проявляется, она и создается в процессе творчества. Такова вообще отличительная особенность всего органического: Функционируя, организм сам формируется. Создавая свое произведение, художник тем самым создает и собственную свою эстетическую индивидуальность. В творчестве создается и сам творец. Лишь в организации мира мыслей формируется мыслитель; в духовном творчестве вырастает духовная личность. Есть только один путь — если есть путь — для создания большой личности: большая работа над большим творением. Личность тем значительнее, чем больше ее сфера действия, тот мир, в котором она живет, и чем завершнее этот последний, тем более завершенной является она сама» (Рубинштейн С.Л., 1922, с. 152).

Наука о творчестве не может заниматься индивидуальностями, ее задача – исследовать состав и свойства элементов творческого акта, структуру и процесс, при этом обозначая общее и типичное, классифицируя и упорядочивая эмпирические данные. «Задача науки – есть классификация, ибо мы можем познавать не самые вещи, а только отношение между вещами» (Берг Л. С., 1922, с. 14). «Наука - есть система соотношений» (Пуанкаре А., 1906, с.187). Попытка найти ключевую (базовую) основу этих отношений привела нас к центральной проблеме – каково соотношение осознаваемой и неосознаваемой переработки информации в стиле творческой деятельности. Переработка информации может осуществляться как без участия сознания (неосознаваемо), так и при участии сознания (осознаваемо). Возможны три варианта соотношения осознаваемого и неосознаваемого: осознаваемое / неосознаваемое = 1 (равносильность), меньше 1 (доминирует неосознаваемая переработка информации), больше 1 (доминирует осознаваемая переработка информации).

Любая деятельность включает в себя осознаваемую и неосознаваемую переработку информации. Проблема именно неосознаваемой переработки информации достаточно активно решалась в исследованиях российских и советских физиологов. Так, в монографии «Проблема бессознательного (О неосознаваемых формах высшей нервной деятельности)» Ф.В.Бассин отмечает: «Выявление процессов, создающих возможность приспособления поведения к окружающей обстановке, обеспечивающих целенаправленную деятельность, но остающихся при этом неосознаваемыми, поставило ряд сложных проблем. Первая из них оказалась связанной с темой классификации. Не задерживаясь на ней подробно, напомним только необходимость различать неодинаковые степени или уровни «отщепления» и очевидную связь даже наиболее грубо «диссоциировавшейся» («отщепившейся») психической активности с восприятием сигналов и с процессами последующей логической обработки поступившей информации» (Бассин, 1968, с. 364).

Подчеркивая роль бессознательного в переработке информации, В.Ф. Бассин отмечает: «Для теории же «бессознательного» представление об «установке» приобретает совершенно особое значение: если мы признаем, что неосознаваемые психические явления тесно связаны с функцией переработки информации, то тем самым мы вынуждаем допустить, что эти явления не менее интимно связаны с функцией формирования и использования «установок», так как без опосредующей роли последних превращения информации в фактор регулирования произойти не может» (Бассин, с. 368). «Для нас бессознательное — это всего лишь обобщение, к которому мы прибегаем, чтобы отразить способность к регулированию поведения и его вегетативных коррелятов, происходящему без непосредственного участия сознания» (Бассин, 1968, с.379).

Тема соотношения осознаваемого и неосознаваемого – одна из самых приоритетных тем современной психологии. Именно это соотношение становится ключевым в спорах о механизме творческого процесса. Сложность состоит в том, что творческий процесс включает в себя общие (креативность, интеллект), типологические (стили творчества) и индивидуальные (особенности жизненного пути, наличие психической патологии и пр.) звенья. В физиологии традиционно изучаются общие либо индивидуальные звенья процесса творчества, начиная с И.П. Павлова, который описал «художественный тип личности», опираясь на темпераментальные характеристики, которые связывал с динамическими характеристиками нервной системы, заканчивая К. Мартиндейлом, связавшим креативность с особенностями концентрации внимания (Martindale, 2002). Традиции павловской школы продолжил в своих работах В.Д. Небылицын и В.С. Мерлин (Небылицын, 1990; Мерлин В.С., 1986). Последний особое внимание уделил соотношению первой и второй сигнальной систем, и в этом смысле уже преодолел «темпераментальные» рамки, выходя на вербальный и невербальный уровень самоинструкции при решении задач, что вполне соответствует осознаваемой и неосознаваемой обработке информации.

Мы можем предположить, что творческий стиль и стиль мышления в рамках типологического подхода будут совпадать.

Осознаваемая и неосознаваемая переработка информации разными исследователями, начиная с опытов С. Газзанига и Р. Сперри, часто связываются с межполушарными различиями. Левое полушарие как «речевое» - с осознаваемой переработкой, правое — с неосознаваемой. А.Р. Лурия так же рассматривал чувственное познание, как эволюционно раннее, предшествующее рациональному — словесному (А.Р. Лурия, 1979). Однако, оказалось, что осознаваемость находится в связи с мотивационной составляющей, и активация того или иного полушария зависит от субъективной значимости (Э.А. Костандов, 1983).

Согласно концепции П.В. Симонова (Симонов, 1975) творчество — это работа сверхсознательного (или творческой интуиции), - не сознания и не бессознательного. Сверхсознание — это неосознаваемое комбинирование ранее накопленного опыта, которое побуждается и направляется доминирующей потребностью в поиске средств ее удовлетворения. Отличие от подсознательного состоит в том, что сверхсознательное создает

различные, никогда прежде не существовавшие проекты познания предмета. В этом процессе важную роль опять же играет субъективная значимость, эмоциональная и мотивационная составляющая.

Попытки локализовать такие сложные функции, как осознаваемая и неосознаваемая обработка информации, анализ и синтез, привели к пониманию, что существуют некие «фокусы взаимодействия», центры нейронных связей (Иваницкий А.М., 1976), меняющие свою конфигурацию и положение в зависимости от исходных данных и цели (Анохин К.В., 2015). Если локализация этих «хабов» принципиально не стационарна, то вероятно есть закон, по которому она происходит. Авторам представляется наиболее правильным искать этот закон, основываясь на дифференциальном подходе.

Среди деятелей науки и искусства всегда идет борьба мнений, какова роль сознания и бессознательного в творческом акте и в порождении творческих произведений. Изучая механизмы обработки информации в психологическом и психофизиологическом контекстах, были получены многочисленные подтверждения того, что творчество – это процесс вовлечения в решение проблемы как ресурсов всего организма, так и ресурсов внешней среды. Известна крылатая фраза Виктора Гюго: «Поэт – есть мир, одним объятый человеком».

В системе отношений организм/среда акценты могут быть расставлены как в пользу организма или среды, так и в равновесное взаимодействие организма со средой. Если во взаимодействии со средой приоритеты в переработке информации отдаются организму и его ощущениям и переживаниям, то принято говорить о субъектцентрированности, и, наоборот, если во взаимодействии со средой приоритеты в переработке информации отдаются самой внешней среде, а организм с его потребностями отходит на второй план, то принято говорить об объектцентрированности. В творческом стиле установки субъектцентрированности, объектцентрированности и смешанные хорошо просматриваются.

«Мы слух на слух не обменяем:

Мой обращен во глубь мою,

К сторонним звукам невменяем...» (Б. Ахмадулина)

В философии такая ориентированность породила целые направления – субъективизм и объективизм. В психологии этот факт нашел отражение в терминах «субъектцентрированность» и «объектцентрированность» (В. Штерн). «Отношение субъекта к объекту проявляется в самых различных психических функциях – в восприятии и взятии на заметку, в суждении и оценке, в желаниях и поступках, - повсюду, где возможно (по крайней мере, теоретически), что преобладание объективного и преобладание субъективного моментов типично различаются» (В. Штерн, 1998, с.141).

Попытки примирить противоборствующие позиции представлены в работе С.Л. Рубинштейна «Принцип творческой самодеятельности»: «Между ними не только нет антагонизма, объективность не только не исключает, она необходимо включает в себя элемент творческой самодеятельности. Недаром, когда искали объективное бытие, основываясь на критерии независимости, нигде не могли его найти. Как ни пытался реализм и вообще объективизм определить бытие, как ни отодвигал его во все более отдаленную сферу, идеализм повсюду достигал его и торжествовал над ним победу, доказывая, что его бытие поистине — только содержание сознания, его мир — только мое представление» (Рубинштейн С.Л., 1922, с. 153).

Итак, комбинаторный перебор вариантов установок соотношений сознания и бессознательного и их отношений к себе и миру дает 12 вариантов переработки информации, которые реализуются в стилях жизнедеятельности человека и в том числе в творческом стиле.

Список литературы

1. *Бассин Ф.В.* Проблема бессознательного (О неосознаваемых формах высшей нервной деятельности). – М., «Медицина», 1968
2. *Берг Л. С.* Наука, ее содержание, смысл и классификация. — Петербург, 1922

3. *Костандов Э.А.* Психофизиология сознательного и бессознательного. - Питер, 2002.
4. *Лурия А.Р.* Язык и сознание./ Под редакцией Е. Д. Хомской. — М: Изд-во Моск. ун-та, 1979 - 320 с.
5. *Мерлин В.С.* Очерк интегрального исследования индивидуальности. М., «Педагогика», 1986
6. *Нагибина Н. Л.* Мастера российского джаза. Психологические портреты. — М., Изд-во «Институт психологии РАН», 1999
7. *Нагибина Н.Л.* Введение в психокосмологию. – М., МГУДТ, 2014
8. *Нагибина Н.Л., Масленникова А.В.* Психология искусства. Музыка. - М., ПДР, 2013
9. *Нагибина Н.Л., Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н.* Психология искусства: типологический подход. – М., МосГУ, 2005
10. *Небылицын В.Д.* Избранные психологические труды. М., «Педагогика», 1990
11. *Пономарев Я.А.* Психология творчества. – М., Наука, 1976
12. *Пуанкаре А.* Ценность науки. – М., 1906
13. *Рубинштейн С.Л.* Принцип творческой самодеятельности (К философским основам современной педагогики) / Ученые записки высшей школы г. Одессы. Т. 2. Одесса, 1922. С. 148—154.
14. *Симонов П.В.* Созидающий мозг. Нейробиологические основы творчества. -М., «Наука», 1993
15. *Штерн В.* Дифференциальная психология и ее методологические основы. М., «Наука», 1998.
16. *Martindale, C.* (2002). Creativity, attention, and cognitive disinhibition. In R. Tomassoni (Ed.), *La psicologia delle arti oggi* (pp. 89–99). Milano: Angeli.

УДК 001.895:338.45(575.3)

**ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН
PROBLEMS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF
TAJIKISTAN**

**Миразизов Абдулло Хабибович
Mirazizov Abdullo Khabibovich**

*Российско-Таджикский (Славянский) университет
Russian-Tajik (Slavonic) University*

Аннотация: Переход экономики Таджикистана на качественно новую модель развития, предусматривающую наряду с реформированием отношений собственности и демократизацией общества, прежде всего, совершенствование процессов хозяйствования промышленных предприятий на инновационной основе, предопределяет необходимость проведения углубленных исследований по организации инновационных процессов.

Abstract: The transition of the economy of Tajikistan to a qualitatively new development model, which, along with the reform of property relations and the democratization of society, provides, first of all, the improvement of industrial enterprises on an innovative basis, determines the need for in-depth research on the organization of innovative processes.

Ключевые слова: Экономика, инновация, промышленность, предприятия, технология, рынок.

Key words: Economy, innovation, industry, enterprises, technology, market.

В современном мире инновационная составляющая развития предприятий является основным источником роста. Мировая практика показывает, что устойчивое развитие производства и поддержание его конкурентоспособности в долгосрочной перспективе зависит от инноваций. П. Друкер утверждает, что «единственная вещь, имеющая значение – это инновации». Инновационность становится неотъемлемой чертой современного предприятия. В связи с этим возрастает важность и роль управления инновационной деятельностью, инновационным развитием промышленных предприятий в Республике Таджикистан.

Инновационный вектор развития промышленности Таджикистана имеет две основные проблемы. Промышленники крайне слабо мотивированы на инновационное поведение и национальное предложение технологических инноваций для промышленного внедрения чрезвычайно скудно.

Проблема низкого спроса экономики на инновации напрямую связана с состоянием конкуренции в стране. Высокий уровень монополизированности отрасли промышленности, избыточные защитные барьеры – ключевая проблема, снижающая мотивации промышленников к внедрению инноваций. Еще одна значимая проблема – гипертрофированная роль государства на промышленных рынках. В этой ситуации именно административный ресурс, а не технологические преобразования, становится самой востребованной промышленной инновацией, способной максимально быстро и эффективно повлиять на состояние предприятия.

Весомую роль играет и социальная политика. Курс власти на сохранение и преумножение рабочих мест на существующих промышленных предприятиях снижает мотивацию промышленности к внедрению инноваций, которые в большинстве случаев нацелены на повышение производительности труда, а значит, на высвобождение работников. Государству придется выбрать: или сохранение нынешнего числа занятых, или эффективный инновационный промышленность.

Сам факт присутствия государства в капитале предприятий промышленного сектора является негативным условием для способности компаний внедрять инновации и их мотивированности. В одних и тех же отраслях частные компании гораздо охотнее государственных или полугосударственных идут на разработку и внедрение промышленных инноваций.

Кроме того, в Таджикистане не создано заметных налоговых и тарифных стимулов для предприятий промышленности по инвестициям в НИОКР и системы компенсации затрат на внедрение инноваций.

Спрос промышленников на инновации удовлетворяется в основном импортом. Не является секретом упадок отечественной отраслевой и прикладной науки. Советская система отраслевых НИИ практически полностью разрушены, а новая инфраструктура создания, капитализации и внедрения инноваций находится в стадии формирования.

В стадии зарождения находятся традиционные западноевропейские рыночные институты поддержки инновационной деятельности: количество реально действующих бизнес-ангелов и венчурных фондов находится на катастрофически низком уровне и остается в десятки и сотни раз от показателей стран, которые занимают первые места в ключевых рейтингах инновационного развития.

Таджикистан во всех глобальных рейтингах инновационного развития занимает места ниже средних. Главные причины – качество институциональной среды и качество государственных институтов. Все те факторы, которые являются критичными для ведения стандартной деловой деятельности, еще более значимы для инновационных бизнесов.

Отдельная проблема – отечественные меры государственной политики по содействию инновационному развитию. И практика функционирования региональных венчурных фондов демонстрируют одну и ту же тенденцию: колоссальный дефицит приличных инновационных проектов. Госструктуры по финансированию инновационных стартапов создали ярко выраженный «рынок продавца», на котором управленцы богатых фондов в ситуации

дефицита проектов вынуждены жестко конкурировать за те немногие проекты, что базируются на адекватных идеях.

Значит, нуждается в дополнительной оценке адекватность национальной модели поддержки инновационного развития. Нынешняя модель в целом основана на англосаксонском образце и нацелена на поддержку так называемых гаражных инноваций, ее базовым адресатом является малый предприниматель (пусть Intel или Apple как прототип). Как показывает практика нескольких последних лет, эта модель столкнулась именно с дефицитом адресата – тех самых малых инноваторов, которые являлись бы инициаторами проектов. Вполне вероятно, что модель экономики Таджикистана с чрезвычайно высокой концентрацией капитала, особенно в промышленности, должна быть дополнена чертами так называемой европейской, или континентальной, модели поддержки инновационного развития. Ее адресат – не малый инноватор, а крупная компания, для которой формируется система тарифных и нетарифных стимулов к инвестициям в НИОКР и внедрению инноваций.

Мировой финансовый кризис (2008-2010гг.), плавно перешедший в стадию депрессии, существенно повлиял на экономическое развитие практически всех стран мира. Наиболее существенно спад экономической активности затронул сырьевые рынки. Только за 2011 г. Сахар подешевел на 17%, медь – на 20%, кофе Arabica – на 33%, хлопок – на 53%.¹⁸ Аналогичная ситуация наблюдается на мировом рынке стали, на рынках сырьевых ресурсов, конъюнктура развития которых напрямую формирует динамику роста промышленности Таджикистана. Ориентировочно, 60% экспорта приходится на сырье и товары с невысокой добавленной стоимостью, что обуславливает зависимость национального производства от ресурсных цен. Почти 75% стоимости экспортной корзины РТ приходится на долю первичного алюминия и хлопка-волокна - продуктов системообразующих отраслей экономики Таджикистана, что делает экономику страны крайне зависимой от внешних факторов. Со времен начала наращивания экспорта после получения независимости в 1992 году доля алюминия в общем объеме экспорта снизилась с 80% до менее, чем 25% в 1997-м, во многом по причине гражданской войны и роста цены за тонну с \$1200 до \$1600 (Coulibaly, 2012). Затем доля алюминия в экспорте снова выросла. Теперь алюминий в совокупности с продуктами сельскохозяйственной деятельности покрывает около 80% общего объема внешней торговли Таджикистана.¹⁹

Незначительный вклад в структуру экспорта Таджикистана вносит производство текстиля (в основном из шерсти и хлопка, выращенного в Хатлонском и Согдийском регионах), руды и химических продуктов (прежде всего неорганических химикатов и изделий из пластика).

Товарная структура экспорта Таджикистана в течение последних лет не претерпела значительных изменений, однако в последнее время поток товаров направлен не в европейские страны, а в Россию, Турцию, Китай, Казахстан, Афганистан.

Доля экспорта во внешнеторговом обороте Таджикистана по итогам 2017 года достигла 30,2% от общего объема. По данным министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан, два года назад этот показатель составлял 20% от общего объема внешнеторгового оборота.

По статистическим данным, экспорт товаров в 2017 году составил около \$1,2 млрд., что на 33,3%, или на \$299 млн. больше, чем в 2016 году. Импорт продукции составил \$2 млрд. 775 млн. Это на 8,5%, или на \$256,3 млн. меньше показателя позапрошлого года. Среднемесячный объем импорта в прошлом году составил \$231 млн.²⁰

¹⁸ Сайт Центра международной макроэкономики (Великобритания). URL: www.econ.ox.ac.uk/Research/cim.

¹⁹http://www.tajik-gateway.org/wp/sliding_menu_6/obshhaya-harakteristika-ekonomiki-resp/analiz-otraslevoj-struktury-ekonomi-struktura-eksporta-i-importa-respubl/

²⁰ <http://avesta.tj/2018/01/23/dolya-eksporta-vo-vneshnetorgovom-oborote-tadzhikistana-dostigla-30-2/>

В прошлом году Таджикистан имел внешнеторговые отношения с 109 странами мира. Главными торговыми партнерами Таджикистана остаются Россия и Казахстан. Таджикско-Российский оборот составил \$936 млн., а Таджикско-Казахский – \$838 млн. Объем торговли с Россией снизился на 9,7%, а с Казахстаном, наоборот, увеличился на 24%. Более существенно в прошлом году упал товарооборот с Китаем – на 33%, составив \$591 млн.

Наиболее высокий рост зафиксирован в двухсторонней торговле с Узбекистаном – 82%. Товарооборот между странами превысил \$126 млн.²¹

Структурные дисбалансы развития промышленного производства в Таджикистане обусловлены рядом причин. Прежде всего, речь идет о высоких показателях энергоемкости промышленного производства (что выше мировых почти на 30%). Это обусловлено устаревшей технологией производства, физическим (на 70-80%) и моральным износом основных фондов и т.д. Системной проблемой дальнейшего наращивания объемов производства сырьевого экспорта в Таджикистане является устаревшее (изношенное) оборудование и низкая интенсивность внедрения инноваций. Таджикские товаропроизводители смогут удержать конкурентные позиции с помощью инноваций, выпуская качественную и конкурентную по цене продукцию.

Среди важнейших приоритетов поддержки и стимулирования роста национального производства в Таджикистане – обустройство внутреннего рынка страны. В настоящий момент практически все объекты инфраструктуры (в сфере ЖКХ, дорожно-транспортной, производственной и энергетической сфере) физически и морально устарели. Практически изношены основные фонды промышленности. На принципах экстенсивного развития работает энергетика Таджикистана. Такая ситуация формирует перед Таджикистаном вызов: осуществить инновационное обновление производственного потенциала страны, активизировать процессы развития и обустройства внутреннего рынка страны.

Среди приоритетов структурно-инновационной перестройки промышленности Таджикистана, развитие внутреннего рынка – модернизация энергетики. Зависимость промышленности от энергетических ресурсов повышает себестоимость и снижает конкурентоспособность продукции. Приоритетами структурной перестройки энергетики являются: запуск Рогунской ГЭС, освоение альтернативной, возобновляемой энергетики (в т. ч. солнечной и ветровые). Уже в ближайшем будущем Таджикистан может стать лидером по производству солнечной энергии. Инновации в сфере развития альтернативной энергии стимулируют развитие смежных отраслей (металлургии, машиностроения, химической, деревообрабатывающей промышленности; сельского хозяйства, транспортных перевозок и т.д.). Формируется мультипликационный эффект. Стабильный рост производства, в свою очередь, создает благоприятные условия и для развития бюджетной сферы (образования, медицины, науки и др.). В комплексе, происходит активизация экономической активности на местном уровне, расширяется спрос на внутреннем рынке, что стимулирует экономический рост. Развитие внутреннего рынка позволяет частично компенсировать дефицит спроса на таджикскую продукцию на внешних рынках, поддерживать занятость и рост производства даже в условиях ухудшения конъюнктуры на внешних рынках.

Максимально ориентирован на внутреннее потребление рынок пищевой продукции Таджикистана. В общем объеме внутреннего потребления продукции пищевой промышленности составляет 80,4%. Вследствие присоединения Таджикистана к ВТО, усиливающейся либерализации и открытости национального внутреннего рынка, наблюдается активная экспансия импортных товаров на внутренний рынок страны, что обуславливает сокращение национального производства, снижает занятость и вызывает социальную нестабильность. Государственное регулирование процессов защиты внутреннего рынка предполагает использование экономических механизмов поддержки национальных товаропроизводителей, в том числе: механизмов государственно-частного партнерства (аренда, концессия и др.); механизмов развития производственной кооперации;

²¹ См. там же

использования преимуществ межрегионального и международного сотрудничества в целях налаживания конкурентоспособного национального производства. Особую роль при поддержке отечественных товаропроизводителей и защите от импорта внутреннего рынка страны играет государство. Среди механизмов такой поддержки – увеличение государственных бюджетных расходов на науку и НИОКР. К действенным механизмам относится налоговое стимулирование (например, снижение ставки налога на доход от инновационной деятельности). Государство может стимулировать инновации, представляя гранты, формируя государственные заказы и заключая государственные контракты на выпуск национальными товаропроизводителями конкурентной, инновационной продукции, насыщающей внутренний рынок и решающей проблему импортозамещения. Действенным направлением поддержки развития инновационной деятельности и развития внутреннего рынка является создание технологических парков.

Инновационное развитие становится важным стратегическим направлением ускорения социально-экономических преобразований Таджикистана. Только за счет постоянно обновляющегося производства инновационных товаров и услуг, создания принципиально новой наукоемкой продукции, снижения затрат на производство путем совершенствования и оптимизации технологических процессов может быть построена эффективная экономика. Одним из основных стратегических направлений формирования новых экономических отношений и обеспечения конкурентоспособности национальной экономики является переход от рентной экономики, базирующейся на эксплуатации природных богатств, к экономике развития, основанной на использовании человеческого капитала, интеллектуальных ресурсов и высоких технологий.

Состояние экономики Республики Таджикистан требует не просто обновления, а структурных изменений всей системы хозяйственного устройства, и, прежде всего, создания условий для развития промышленного производства на инновационной основе, что особенно важно в условиях жесткой конкурентной борьбы за технологические преимущества экономики в будущем.

Инновационная система Таджикистана сегодня разбалансирована: ее основные элементы – научно-техническая сфера, компании, инновационная инфраструктура – существуют изолированно друг от друга, отсутствует и культура инновационного менеджмента.

Таким образом, проблемы организации инновационного процесса, связанные с развитием системы управления на промышленных предприятиях, становятся наиболее актуальными для Таджикистана, как в ближайшей, так и в отдаленной перспективе.

Список литературы

1. *Кобелева С. В.* Инновационная деятельность как источник повышения конкурентоспособности предприятий // Экономика. Инновации. Управление качеством. 2014. - № 4 (9). - С. 162-163.
2. *Медынский В.Г., Шаркунова Л.Г.* Инновационное предпринимательство. М.: ИНФРА-М, 2016. - 240 с.
3. *Раевнева О.В.* Управление развитием предприятий: методология, механизмы, модели. Монография / О.В. Раевнева. – Харьков: ИД «ИЖНЕК», 2015. – 496с.
4. *Рахматзода Х.Б., Миразизов А.Х., Раджабова И.Р., Шодиева З.Н.* Факторы, препятствующие эффективному формированию инновационной составляющей в Республике Таджикистан // Организационно-экономические основы формирования инновационной экономики и эффективность использования финансово-кредитных механизмов развития экономики: Сборник научных статей. – Душанбе: РТСУ, 2017. – 491 с.

**ОПТИМИЗАЦИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**OPTIMIZATION OF THE FUNCTIONING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES BASED ON
THE IMPLEMENTATION AND USE OF MODERN MANAGEMENT TECHNOLOGIES**

**Мореева Елена Владимировна
Moreeva Elena Vladimirovna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: emoreeva@gmail.com)*

Аннотация: Рассмотрены особенности внедрения и использования современных управленческих технологий в целях оптимизации функционирования и повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

Abstract: The features of the introduction and use of modern management technologies in order to optimize the operation and improve the competitiveness of industrial enterprises are considered.

Ключевые слова: управленческие технологии, производственный процесс, инновационные методики, промышленные предприятия.

Keywords: management technologies, production process, innovative methods, industrial enterprises.

Современные управленческие технологии используются обычно для оптимизации обеспечения ресурсами, затрат, инноваций, инвестиций, маркетинга, финансов. При этом их инструменты подразделяют, в основном, по временному или функциональному признакам. Предприятия, обоснованно внедрившие соответствующий инструментарий, получают значительный экономический эффект за счет упрощения процедур планирования, получения своевременной информации о собственной деятельности и принятия оптимального управленческого решения.

Отечественными предприятиями ведется активный поиск комплексных подходов к повышению эффективности производственной функции путем использования современных управленческих технологий. В мировой практике созданы инновационные методики, успешно используемые в экономически развитых странах. Вместе с тем, условия их применения там существенно отличаются от отечественных. Известны примеры успешных попыток производственных предприятий в России использовать новые для себя технологии управления, результат которых выражается в приросте эффективности. Однако получение определённых результатов на одном из уровней управления редко масштабируется руководством предприятий на другие уровни [1].

Рыночные отношения предоставляют достаточные возможности для эффективного управления промышленными предприятиями, но реальное положение дел в экономике, спад промышленного производства, негативные изменения ее структуры часто сводят на нет все усилия в области повышения качества управления предприятием. Однако и в этих трудных условиях идет работа по совершенствованию управления промышленными предприятиями в целом и по отдельным его функциям.

Динамичное изменение технологий, борьба за потребителя и качество продукции, рост конкуренции заставляют предприятие по-новому рассмотреть весь комплекс вопросов управления. Управленческая деятельность в современных условиях выступает как один из важнейших факторов функционирования промышленных предприятий. Перестройка

внутрифирменного управления в последнее время стала сердцевиной реорганизации всего хозяйственного механизма предприятий.

Гибкость в управлении, способность и умение быстро перестраиваться, не упустить новые возможности, открываемые нововведениями и рынком, в настоящее время становятся важнее, чем прямая экономия управленческих расходов [2].

Опыт ведущих промышленных предприятий показывает, что ключ к успешной деятельности – это, прежде всего четкая организация управления.

Специалисты по менеджменту полагают, что наиболее эффективным моментом работы организации являются умелые, продуманные действия его руководителей.

Квалифицированные действия руководства дают возможность направить в нужное русло поведение работников, создать необходимую производственную ориентацию и возбудить мотивацию их действий, содействовать эффективной работе. В результате производственная деятельность коллектива приобретает нужную целеустремленность, организованность и продуктивность. Таким образом, успех приходит тогда, когда качественное руководство порождает активное поведение работников, а их взаимодействие проявляется в эффективной производственной деятельности. Процесс представляет собой определенную совокупность действий, направленных на преобразование ресурсов в результаты, которые чаще всего выступают в виде продукции или услуг.

В любой организации одновременно протекает большое число процессов, различающихся как по своему назначению, так и по основным характеристикам. При самом общем подходе все ключевые процессы в организации подразделяют на две группы [2]:

- имеющие материально-вещественный характер;
- информационные.

Как правило, обе группы процессов имеют место во всех организациях, но в некоторых могут преобладать материально-вещественные процессы (например, на предприятиях, связанных с переработкой сырья и материалов в продукцию) или информационные (например, в консультационных фирмах, где сбор, переработка и продажа информации и знаний отражают их предназначение).

Другой подход к классификации всего множества процессов, происходящих в организации, базируется на их роли в создании новых ценностей. В соответствии с этим критерием все процессы подразделяются на три группы:

- первичные, или основные, включающие все виды работ, непосредственно связанные с производством продукции или услуг и обеспечивающие жизнедеятельность организации;
- вторичные, или обеспечивающие, задачей которых является поддержание основных процессов с позиций их непрерывности и экономичности;
- управленческие (инфраструктурные), включающие работы по установлению целей и направлений первых двух групп процессов; они формируют условия и используют факторы, необходимые для достижения организацией ее целей [6].

На рис. 1 приведено схематическое изображение модели процессов на предприятии, дающее представление о связях между всеми видами процессов. Эту связь осуществляют менеджеры, которые принимают решения, используя информацию, поступающую как из внешней среды, так и в результате выполнения всей совокупности процессов внутри промышленного предприятия [6].

Выполнение функций управления всегда требует определенных затрат времени и сил, в результате которых управляемый объект приводится в заданное или желаемое состояние. Это и составляет основное содержание понятия «процесс управления». Чаще всего под ним понимается определенная совокупность управленческих действий, которые логично связываются друг с другом, чтобы обеспечить достижение поставленных целей путем преобразования ресурсов на «входе» в продукцию или услуги на «выходе» системы.

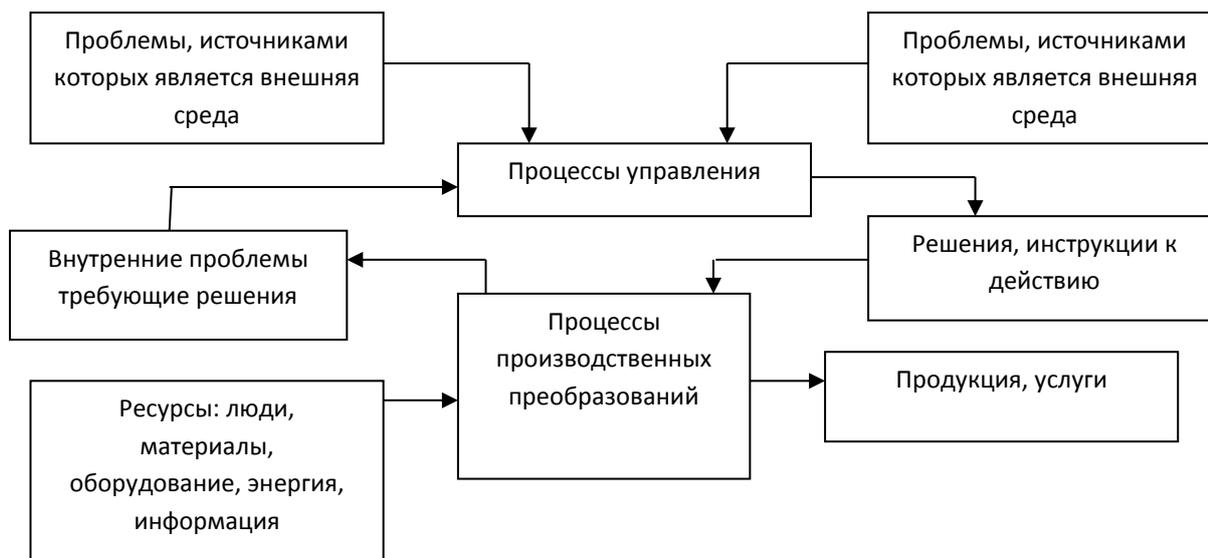


Рис. 1. Схема связей процессов на предприятии

Важным элементом процесса управления являются люди, принимающие в нем участие. Вообще-то, практически каждый член организации регулярно принимает множество самых разнообразных решений, делая выбор между возможными вариантами своих действий. Несомненно, что большая часть этих решений принимается чисто рефлекторно, часто без глубокого обдумывания и без больших затрат времени. В то же время менеджерам и руководителям приходится принимать и такие решения, которые имеют огромное значение для работы всей организации и требуют немалых ресурсов как для разработки, так и для реализации. Если проблема несложна, а ситуационные факторы ясны и управляемы, процесс принятия решений может быть достаточно прост и скор. В этом случае после уяснения проблемной ситуации принимается решение, которое оказывает на нее прямое воздействие и приводит систему (управляемый объект) в состояние, соответствующее заданному. Если проблемная ситуация не так очевидна, а ее решение неоднозначно, то процесс принятия решений требует моделирования, которое позволяет определить этапы, процедуры и методы решения.

Самая простая, «идеальная» схема принятия решений (рис. 2) предполагает, что процесс представляет собой прямоточное движение от одного этапа к другому: после выявления проблемы и установления условий и факторов, приведших к ее возникновению, производится разработка решений, из которых выбирается лучшее. Количество разрабатываемых и рассматриваемых вариантов зависит от многих факторов, прежде всего от имеющихся в распоряжении разработчиков времени, ресурсов и информации [3].

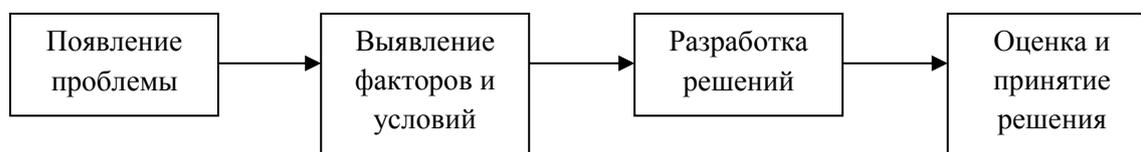


Рис. 2. Этапы процесса принятия решений

Современное промышленное предприятие представляет собой сложный комплекс, динамизм и слаженность работы которого обеспечиваются механизмом управления, устанавливающим внутренние связи и учитывающим деятельность всех звеньев и работников предприятия – от рабочего до директора.

Среди методов воздействия основными являются организационно-распорядительные, или организационно-административные, экономические, социально-психологические,

социологические. Все эти методы управления не могут действовать изолированно друг от друга, так как представляют совокупность способов воздействия управляющей системы на управляемую для достижения определенной цели.

На протяжении многих лет в нашей экономике и отдельных ее отраслях преобладали административные, командные методы управления в ущерб экономическим, что соответствовало принципам построения и функционирования планово-распорядительной, директивной экономики. Поэтому следует особо отметить важную роль экономических методов управления, основой которых являются различные формы планирования и экономического стимулирования производства.

Теория, методология и технология управления находятся в следующем соотношении. Теория управления определяет общие законы и закономерности, новые научные идеи и основные направления научно-технического прогресса в сфере управленческой деятельности. Методология конкретизирует теоретические положения в виде рекомендаций по выполнению конкретных управленческих функций в достаточно общем виде, как правило, без привязки к особенностям отдельного предприятия. Конкретные методики определяют состав и последовательность этапов планирования, учёта, анализа для различных видов управленческой деятельности. Технология ещё более конкретизирует содержание управленческого труда в виде предписаний, требующих однозначного выполнения отдельных техпроцессов, процедур, операций.

Управленческие технологии создаются людьми и для людей. Поэтому большое значение имеет вопрос о соотношении творческих и рутинных начал в технологии. Наша точка зрения по этому вопросу заключается в том, что технология образует рамки, назначение которых — регламентировать действия субъекта управления (исполнителя) по двум направлениям: нормативно-правовому и социально-экономическому. Не ограничивая творческую составляющую плановых, учётных, аналитических и иных управленческих работ.

Классификация управленческих технологий представляет собой, по сути дела, классификацию управленческой деятельности (или менеджмента). Поэтому выполнить такую классификацию очень сложно.

По нашему мнению, она нужна, во-первых, для анализа функционирующих на предприятии технологий с целью их совершенствования. Во-вторых, для целей разработки (проектирования) и внедрения новых технологий управления. Тогда целесообразно выделить две группы управленческих технологий: регулярные и нерегулярные [6].

Любая *регулярная* управленческая технология представляет собой совокупность циклически повторяющихся процедур. Такая технология когда-то была спроектирована и введена в действие. В процессе своего функционирования она может, конечно, нуждаться в периодическом «ремонте» (корректировке содержания, последовательности и сроков выполнения процедур). Но в целом такие технологии не требуют вмешательства со стороны высших руководителей предприятия. К этой группе относятся технологии, реализующие функции управления (планирование, учет, контроль, анализ, регулирование) в разрезе определённых сфер деятельности предприятия (маркетинг, НИОКР, производство, обеспечение).

Регулярные управленческие технологии условно можно разделить на две группы: безвариантные и варианты.

К *безвариантным* можно отнести бухгалтерский учёт, налоговый учёт, статистическую отчётность, кадровое делопроизводство и т. п. (можно составить большой список). Правила выполнения управленческих процедур в рамках названных технологий достаточно часто меняются. Скажем, относительно недавно все предприятия обязали вести по строго определённым правилам и алгоритмам налоговый учёт, наряду с бухгалтерским учётом. Это типичная управленческая технология, навязанная предприятию фискальными органами. Персонал после изучения официальных инструкций (может быть, после вынужденного обучения) начинает выполнять определённый набор учетных операций. А учёт (пусть и

налоговый), как известно, — управленческая функция. Вот и получается, что предприятие вынужденно (не по своей воле) осваивает безвариантные управленческие технологии.

Предприятие вынуждено также вносить изменения в технологии управления и в правила ведения хозяйственной деятельности в силу требований нормативных документов. Эти законы, нормативные акты и инструкции часто меняются, что и определяет необходимость внесения изменений в существующие управленческие технологии.

Новые управленческие технологии и системы (управленческие нововведения) представляют собой искусственные системы, поскольку они конструируются людьми. Следовательно, создание и «запуск» новых управленческих технологий должны осуществляться на основании проекта [4].

В результате организационного проектирования создаются управленческие нововведения (новые системы и технологии управления). В свою очередь, любая управленческая система представляет собой коллектив людей, преследующих какую-то цель и действующих по определенным правилам. Поэтому в результате проектирования новой управленческой технологии необходимо: 1) определить состав и структуру коллектива исполнителей, 2) сформулировать цель деятельности этого коллектива, 3) описать правила работы людей и подразделений и 4) научить их этим правилам. Формально результатом организационного проектирования является совокупность текстовых документов — положений, инструкций, регламентов.

Создаваемые управленческие технологии и системы бывают разными. Поэтому и методы их проектирования и внедрения могут сильно отличаться. Одно дело — адаптировать к условиям предприятия известную компьютерную систему бухгалтерского учёта и совсем другое дело — «вырастить» на предприятии корпоративную культуру. Для ряда управленческих технологий имеется большой набор формализованных методик разработки. Какие-то нововведения можно создать путём заимствования известного опыта (бенчмаркинг). Наконец, существуют управленческие технологии, для проектирования которых нужно выполнить оригинальные исследования и разработки [5].

В заключение статьи следует отметить, что универсальным методом конструирования и внедрения управленческих технологий следует признать метод организационного проектирования. Он лучше всего учитывает специфику и традиции предприятия, позволяет использовать существующие на предприятии стандарты управления и знания специалистов, даёт возможность использовать все другие методы проектирования (бенчмаркинг, инжиниринг бизнес-процессов, методики составления бизнес-планов). Этот метод требует, конечно, индивидуального подхода к разработке и внедрению конкретной управленческой технологии. Именно, в этом и состоит его сила и, одновременно, его трудности.

Список литературы

1. Уколов В.Ф. Теория управления: Учеб. для вузов/ В.Ф. Уколов., А.М. Масс, И.К. Быстряков.- 3-е изд., доп. – М.: ЗАО «Издательство Экономика», 2017. 234 с.
2. Байделл Т. Как улучшить управление организацией. - М.: Инфра-М, 2015. 167 с.
3. Завалин П.Н. Инновации - современный подход к управлению производством. - К.: МАУП, 2013. 235 с.
4. Лысоченко А.А., Свиридов О.Ю. Теоретические основы стратегического управления: Учебник / А.А. Лысоченко, О.Ю. Свиридов. - Ростов н/Д.: Содействие–XXI век, 2016. 420 с.
5. Кравченко, Т. К. Инфокоммуникационные технологии управления предприятием / Т.К. Кравченко, В.Ф. Пресняков. - М.: ГУ ВШЭ, 2016. 272 с
6. Кириллова Т.М. Реструктуризация предприятий промышленного комплекса как основа развития региональной экономики в условиях кризиса. Дисс. ... канд. экон. наук. Чебоксары: ФГОУ ВПО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова», 2010. 52 с.

ИЗМЕНЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ CHANGES OF PUBLIC CONSCIOUSNESS IN MODERN RUSSIA

Никольская А.В.
Nikolskaya A.V.

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(tonokazutoya@gmail.com)*

Аннотация: В статье на материалах фокус групп, проведенных в апреле 2019 г., показан фундаментальный сдвиг в общественных ценностях российского населения. Показано выраженное преобладание постматериалистических ценностей над ценностями выживания при нарастании контрэлитных настроений. Готовность к переменам стала более реалистичной, с пониманием трудностей и лишений на этом пути, большинство респондентов готово лично вносить вклад в развитие страны и считает, что несет ответственность за положение дел в стране.

Abstract: The article is based on the focus groups held in April 2019. A fundamental shift in the social values of the Russian population was shown. A pronounced predominance of postmaterial values over survival values with an increase in anti-establishment sentiment is shown. Demand for change has become more realistic, with an understanding of the difficulties and hardships on this way, the majority of respondents are ready to contribute to the development of the country and consider themselves responsible for the state of affairs in the country.

Ключевые слова: общественные настроения, фокус группы, популизм, ценности самовыражения, гражданская ответственность

Key words: public sentiments, focus groups, populism, postmaterialist, values, civil responsibility, legitimacy

В статье представлены результаты нового, апрельского, исследования, которое служит продолжением предыдущих раундов фокус-групп, проведенных в конце апреля - начале мая 2018 года [1] и в октябре 2018 года [2]. В рамках предыдущих раундов нами были выявлены признаки фундаментальных изменений в массовом сознании россиян. В мае изменения затрагивали еще сравнительно узкий круг вопросов. Основными из них были явная неудовлетворенность внутренней политикой в целом при сохраняющейся широкой поддержке внешней политики, растущий запрос на быстрые и рискованные изменения, а также ослабление надежды на сильного лидера и ее вытеснение запросом на дистрибутивную справедливость (более равномерное распределение доходов и активов). Эти изменения вполне укладывались в международный тренд нарастающего контрэлитного популизма. Последний основан на активации традиционных ценностей выживания и захватывает растущее число стран в Европе, Америке и Азии.

В октябре усилилось чувство личной ответственности за состояние дел в стране. На первый план вышли запросы на честность, уважение и процессуальную справедливость (равенство всех перед законом), которые примыкают к постматериалистическим ценностям самовыражения. Российское общество миновало стадию популизма, в нем усилился интерес к модернизированным ценностям.

Весеннее исследование этого года выявило, что изменения настроений, зафиксированные ранее, продолжают, и, с большой долей вероятности, являются необратимыми.

Были опрошены 5 групп респондентов: студенты 2 и 4 курсов; Москва, пенсионеры; Москва, средний возраст, в/о; Красноярск, ср. возр, в/о.

1. Респондентов попросили оценить качества Советских и Российских лидеров, начиная с Ленина и заканчивая Путиным, по 5-бальной шкале. Во всех группах самый высокий средний балл получил В.И. Ленин (общий средний балл 3,0). Респонденты объясняли это тем, что он сумел сломать систему, организовать массы, достиг цели, перевернул массовое сознание.

Средний балл В.В. Путина составляет 2,8 (2-место). Ему в заслугу ставится то, что, придя к власти он взял на себя ответственность, прекратил чеченскую войну и разгул бандитизма (Крым в данном контексте был упомянут только одним респондентом).

Анализ ответов на первый вопрос позволяет предположить, что население ожидает лидера, который сумеет сломать систему и организовать массы.

2. Респондентов спросили, считают ли они, что за год, прошедший после выборов президента, положение в стране стало лучше, ухудшилось или осталось прежним. Ответы распределились следующим образом: стало лучше – 0 человек, осталось также - 12 человек, стало хуже – 38 человек.

3. Респондентам было предложено выбрать киногероя, за которого они проголосовали бы на президентских выборах. На выбор были предложены:

- Профессор Преображенский («Собачье сердце»)
- Екатерина («Москва слезам не верит»)
- Тимченко – командир корабля («Экипаж»)
- Андрей Соколов (шофер) («Судьба человека»)
- Глеб Жеглов («Место встречи изменить нельзя»)
- Штирлиц
- Старец Анатолий («Остров»)
- Васков- комендант подразделения («А зори здесь тихие»)
- Пьер Безухов («Война и Мир»)
- Алексей Трофимов («Офицеры»)

Большинство голосов набрал профессор Преображенский, второе место заняла Екатерина, на третьем месте – герой к/ф экипаж. (При ответе на подобный вопрос в 1999 году респонденты выбирали Штирлица, маршала Жуковского в исполнении М. Ульянова и Г. Жеглова). Можно видеть, что приоритеты сместились в сторону гражданских лиц, являющихся образованными, ответственными, преданными делу профессионалами, обладающими выраженными человеческими ценностями.

4. На вопрос: *Вы бы хотели, чтобы Россия объединилась с бывшими республиками или новыми странами (если да, то с какими), или осталась отдельным государством?* – 3 респондента из 50 сообщили о желании объединиться с Белоруссией, 1 респондент – с бывшими республиками СССР, 27 человек предпочли сохранение суверенитета, 19 человек предпочли бы объединение с Евросоюзом.

Следующий вопрос касался наиболее ценного и наименее приемлемого в прошлом, настоящем и будущем страны (см. табл.1).

Таблица 1. Ценности россиян в динамике

Ценное в СССР	Неприемлемое в СССР	Ценное сейчас	Неприемлемо сейчас	Ценное в будущем	Неприемлемо в будущем
Дружба народов, уважение страны на мировой арене, бесплатная медицина и образование, наличие	товарный дефицит, репрессии, рабский менталитет, цензура, ограничения свобод, погоня за несбыточной мечтой	открытость границ, есть возможности для самореализации, свобода выбора профессии, возросшая ответственность	тотальный контроль, нет уверенности в будущем, потеряны возможности развития страны, неуважение к людям,	развитие науки, медицины, образования, экономики, равенство перед законом, свобода слова и мысли,	ограничение свобод, скатывание вниз по уровню развития, деградация общества, распад страны,

рабочих мест по специальности, не было такого социального расслоения, развитие науки и культуры, стабильность, уверенность в завтрашнем дне;	(коммунизм), шаблонность, закрытость, ригидность системы, плановая экономика, лояльность ценилась выше профессионализма, отсутствие возможностей для самореализации	населения, система электронных госуслуг, отсутствие внутренней войны, мораторий на смертную казнь, возросший индивидуализм, развитие инфраструктуры, есть люди, которые продолжают бороться, и к ним можно присоединиться	конфронтация с развитыми странами, угроза военных конфликтов, неравенство перед законом, ложь властей, узурпация власти, слабая наука, нарушения конституции властью, ксенофобия, стагнация, военные конфликты, в которых участвует Россия, социальное расслоение	свобода передвижения, свобода выбора профессии, отсутствие коррупции на всех уровнях, демократия, налаживание отношений со всем миром, честная, прозрачная оперативная работа властей, образованное, ответственное общество, свободная рыночная экономика, развитая экология, дружба народов.	неравенство прав, бедность
--	---	---	---	---	----------------------------

Как можно видеть из приведенной таблицы, мнение о том, что россияне ностальгируют по СССР, сильно преувеличено. В СССР была стабильность и уверенность в завтрашнем дне, дефицит которой сейчас чувствует население. Однако, все возрастные группы уверенно перечисляют все неприемлемые для них аспекты жизни в СССР. Интересно также отметить, что ценностей сегодняшней России перечислено больше, чем ценностей СССР.

6. В рамках метода неоконченных предложений обращает на себя внимание продолжение некоторых предложений.

- если так и дальше будет продолжаться в нашей стране, то я...--_

Покину страну, расстроюсь, буду доживать свой век, буду рассчитывать только на себя, все равно буду стараться по мере сил обустроить Россию

- я испытываю стыд за

За нашу власть, (вранье, развал страны, за конфликтность, воинствующий настрой, беспомощность и немогущество), беззаконие, беспомощность стариков, отношение к сиротам, больным детям, за народ, который ничего не предпринимает, наш менталитет; за неэффективное использование ресурсов страны; провалы в космической сфере; развитие науки, помешанность на религии

Помимо предсказуемых ответов, часто звучат ответы, «за народ, который ничего не предпринимает», «за наш менталитет». Такого рода ответы продолжают тенденцию возрастающей готовности населения брать на себя ответственность за происходящее в стране.

- я испытываю страх за

За будущее страны, наступление сталинского времени, нагнетение войны, назревание войны, которую может развязать Россия

Здесь обращает на себя внимание то, что респонденты во всех группах, кроме группы пенсионеров упоминают о том, что они боятся, что их страна станет агрессором.

- я испытываю раздражение на

Власть, военную риторику, воровство, двойные стандарты, свойственные как власти, так и населению, ложь на всех уровнях государственной системы, развал страны, беззаконие, то, что мы делаем на Украине; демонстрацию неуважения к народу чиновниками; на низкий уровень жизни по сравнению с развитыми странами, уровень культуры населения, невозможность влиять на ситуацию в стране, к людям, которые не видят и не хотят видеть правды; когда мне пытаются внушить гордость; власть продолжает делать вид, что в России все хорошо

Тема возрастания гражданской ответственности звучит и в продолжении этого предложения «двойные стандарты, свойственные как власти, так и населению», «то, что мы делаем на Украине», «люди, которые не видят и не хотят видеть правды»

- я горд

Гордиться уже нечем, спорт, природные ресурсы, светлые умы, которые уезжают; история страны, созданием госуслуг, есть хорошие специалисты, есть люди, которые не боятся отстаивать гражданские права

Здесь следует отметить, что еще год назад на вопрос «Что в России хорошо?» респонденты отвечали, что в стране есть огромная территория, армия, образованное население, природные ресурсы и т.д., но ни разу не звучало высказываний о людях, которые имеют мужество отстаивать свои права. Между тем, в настоящем исследовании эта тема поднималась во всех группах респондентов.

- я уверен

Что все должно измениться, так долго продолжаться не может; нужно пройти через все трудности; что не надо затягивать эту ситуацию и испытывать терпение населения; всем воздастся по заслугам

- я доволен

Ничем не доволен; что пока не все гайки закрутили; что тупые законы не всегда исполняются; развитием общественного транспорта; что нет войны; что мы все держим удар властей

- я надеюсь

Что к власти придет разумный человек, который сможет наладить со всеми контакты и способствовать развитию страны; на улучшение экологии; выжить в этой стране; что Путин уйдет и система поменяется

- я сделаю все возможное, чтобы

Развивать науку и образование, обеспечить будущее тем, кто придет потом; показать иностранцам, что мы нормальные люди, а не ублюдки с ядерным оружием; комфортно жить в этой стране; в стране был мир; идти к равноправию; помочь процессу изменений в России; мои дети не нуждались в помощи государства

- больше всего я буду расстроен, если

Если ничего не изменится в стране, власть останется прежней, страна развалится на части; страна станет закрытой; Россия развяжет войну, введут еще больший надзор за жизнью граждан; если население выберет отупение вместо развития, если мы станем как КНДР, совсем отстанем от мира

В продолжениях этого предложения обращают на себя внимание такие ответы, как опасения, что страна отстанет от мира и станет закрытой. В 2014 году в ответ на введение санкций население поддерживало идею внутреннего, независимого развития и импортозамещения, и готово было к жизни в кольце врагов. Сейчас можно видеть, что эти настроения изменились.

- я буду протестовать , если

Закроют интернет, власть останется прежней, не будет реформ; законы станут еще тупее, ухудшится образование; продолжатся пустые обещания при отсутствии плана; если Россия развяжет войну, если внутренняя политика по отношению к гражданам будет ужесточаться, если будут нарушаться конституционные права

Можно видеть, что основное недовольство вызывают ограничения свобод, агрессивная риторика России и пустые обещания власти.

- я потерял надежду на

На будущее здесь, на то, что мы догоним передовые страны; на сильный рубль; на тайну переписки; на налаживание отношений с США; отсутствие коррупции во власти; на развитие страны; на демократию; на честность власти

- я тоскую

По уважительному отношению к людям, по стабильности, по свободе слова, по единству, по достижениям страны

- я буду очень доволен, если

Если депутаты начнут работать на своих избирателей; если экономика и политика начнут меняться в лучшую сторону; уберут санкции; уровень развития страны повысится; власть станет сменяемой; в нашей стране легализуют однополые браки; начнут уважать права атеистов; сократят чиновничий аппарат и бюрократию; у власти будут честно избранные люди;

Здесь можно обратить внимание, что респонденты не говорят о снижении налогов или отмене пенсионной реформы. Речь опять идет о гражданских свободах и демократии.

- я считаю, что

Все пока еще можно наладить; надо менять менталитет; надо все менять; надо быть готовым ко всему; надо развиваться, а не стоять на месте; пора кончать с этой властью

7. В рамках выявленных в осеннем исследовании ценностей респондентам зачитывалась следующая цитата из предвыборной программы:

Прекращение государственной лжи, отмена репрессивных антигражданских законов, освобождение политзаключенных, создание таких государственных институтов, приоритетами для которых являются уважение своих граждан, их жизни, личности и достоинства, свобода творчества и равные возможности для всех. Отказ от конфронтации с Европой и миром, прекращение военно-политических авантюр. Реализация принципов неприкосновенности личности и частной собственности.

На вопрос, понравилась ли программа, ответы распределились следующим образом:

Нет – 6 респондентов

Да – 29 респондентов

Да, но это просто лозунги, я не верю – 15 респондентов

Затем респондентам сообщалось, что это выдержка из программы Явлинского, и задавался вопрос о том, голосовали ли они за Явлинского и его партию. В целом, ответы сводились к тому, что Явлинский ничего не сделал, чтобы за него голосовать, что нужны дела, а не слова, а также, что он – представитель старой, дискредитировавшей себя гвардии.

8. Выборы 2024 года. В электоральную борьбу ступают два новых кандидата X и Y. X обещает для вас ценное (все, что важно вам), а Y честно говорит, что чтобы получить то, что вы хотите, нужно не менее 20 лет, поскольку население в течение 20 лет одобряло действия власти, которые привели к серьезному затяжному кризису. За кого вы проголосуете?

Ответы распределились следующим образом: 45 человек – Y, 1 человек – X, 4 человека – никому не верю.

Ответ на последний вопрос еще раз подтверждает, что население не склонно голосовать за популистского кандидата и ожидает четкого и понятного плана действий от власти.

Возможные причины и последствия изменений в общественном сознании

В статье, описывающей результаты исследования, проведенного осенью 2018 г. [1], мы задавались вопросом, насколько наблюдаемый нами сдвиг в ценностях россиян является устойчивым. Так,

Инглхард и Вельцель [7] утверждают инерционность материалистических ценностей, сформировавшихся в период ранней взрослости индивидов. Альтернативная точка зрения

принадлежит Дач и Тэйлор [5], которые показали, что приоритетность постматериалистических ценностей слабо зависит от начальной фазы формирования личности. При этом некоторые постматериалистические ценности имеют тенденцию проявляться в обществах на сравнительно ранних стадиях социально-экономического развития [9].

Кроме того, в обществе с высоким уровнем образования индивиды становятся более заинтересованы и подготовлены к критическому восприятию сигналов власти и менее зависимы от этих сигналов [4]. Современное российское население обладает высоким уровнем образования, что позволяет предположить, что сдвиги в общественном сознании являются устойчивыми.

Кроме того, Далтон, на основании своих исследований утверждает, что сложность и комплексность поведения избирателей в значительной степени зависит от политического окружения. Так, в спокойные 50-е годы американцы демонстрировали меньше интереса к политике, чем в 60-е, когда обстановка в стране была политизирована, что вызвало растущий интерес к политике, возрастающее понимание политических процессов и усложнение политического поведения граждан. На сегодняшний день, согласно Далтону, общественное мнение становится более текучим и менее предсказуемым, что вызывает у политических партий ощущение неопределенности и заставляет быть более чувствительными к настроениям масс. То есть, более мотивированные избиратели имеют больше шансов быть услышанными.

В развитых демократиях возрастает участие в протестах, добровольных общественных группах и других формах неконвенциональных политических действий при общем снижении избирательной активности [8]. Новой формой стандартного участия в политике становятся разнообразные экологические движения, которые диффузно распространяются на приверженцев разных политических партий, что сейчас происходит и в России (мусорные протесты в Подмосковье и Архангельской области). При этом необходимо помнить, что такого рода протесты требуют намного больше личной инициативы, чем просто поддержка той или иной политической партии, и взрослых политических навыков.

Исходя из того, что мы можем видеть в современной России, правы оказываются Дач и Тейлор, которые отмечают, что экономические условия ранней взрослости слабо влияют на развитие постматериалистических ценностей [5]

Интересно также, что, как отмечают Далтон и Велцел [3], среди большинства граждан разных стран с развитой и развивающейся демократией укоренилось общее либеральное понимание демократии, под которым понимается свобода граждан управлять своей жизнью. Свобода становится центральной темой в рассуждениях о демократии. Именно это мы наблюдаем и в ответах респондентов из разных российских регионов.

Эти же авторы приводят таблицу (см. табл. 2), сравнивающую традиционную модель гражданского участия в политике, включающую приоритет экономического процветания и уделяющую мало внимания охране окружающей среды, и новую модель ассертивного гражданского участия, подразумевающую озабоченность экологической проблематикой.

Таблица 2. Аспекты традиционного и ассертивного гражданства

область	Традиционное гражданство	Ассертивное гражданство
Ценностные приоритеты	Акцент на порядок и безопасность, материалистические ценности, разрешение на господство власти в обмен на защиту	Постматериалистические ценности свободы и развития
Ориентация на власть	Уважение к власти, и к авторитетам в семье, на работе и в политике	Дистанцирование от власти в семье, на работе, и в политике
Институциональное	Высокое	Низкое

доверие		
Поддержка демократии	Поддержка как общих демократических принципов, так и реально существующей практики демократии (удовлетворенность демократией)	Сильная поддержка демократических принципов и слабая поддержка реально существующей практики (неудовлетворенность существующей демократией)
Представление о демократии	Представление, что голосование на выборах подразумевает участие в политике и ожидание, что в результате такого голосования демократия принесет социальные блага	Представление о том, что необходимо не только голосование, но и участие в политике становятся доминирующими
Политическая активность	Голосование и другие конвенциональные формы	Выраженная приверженность ненасильственным методам борьбы, анти-элитарная направленность борьбы
Системные последствия	Менее эффективное и подконтрольное правительство	Более эффективное и подконтрольное правительство

Как можно видеть из таблицы, российское общество по всем перечисленным областям соответствует ассертивному обществу, что говорит о выраженном приоритете постматериалистических ценностей.

Важно также, что по мере того, как все большая часть российского населения начинает разделять постматериалистические ценности модернизации, конформистски настроенная часть общества будет автоматически подхватывать эти ценности.

В своем предыдущем исследовании мы упоминали о трех возможных сценариях дальнейшего развития:

- I. Возврат к состоянию «консолидации вокруг флага»,
- II. Откат к настроениям контрэлитного популизма,
- III. Переориентация на ценности самовыражения.

Пока мы наблюдаем развитие третьего сценария. Однако, поскольку сложившийся формат взаимодействия власти с населением пока не был изменен, агрессия по отношению к власти нарастает. Население считает, что власть не слышит его претензий и запросов. Представляется, что на сегодняшний момент возможность конструктивного диалога между населением и властью уже упущена.

Заключение: текущий экономический кризис тяжело воспринимается населением, которое адресует свои претензии к власти, в том числе к президенту, однако, не снимает с себя ответственности за происходящее в стране.

Ситуация усугубляется ожидаемым транзитом власти, что может привести к дестабилизации в стране, поскольку успехом будет пользоваться только такой кандидат, который предложит конкретный и понятный план выхода из кризиса и сумеет «сломать систему».

Список литературы

1. Дмитриев М.Э., Никольская А.В. Осенний перелом в сознании россиян: мимолетный всплеск или новая тенденция? // *Общественные науки и современность* 2019. № 2 С. 19-34
2. Белановский С.А., Дмитриев М.Э., Никольская А.В. Признаки фундаментальных сдвигов в массовом сознании россиян // *Общественные науки и современность* 2019. № 1 С. 5-18
3. Dalton R., Welzel C. *Political Culture and Value Change*, Cambridge University Press, 2014

4. Dalton R.J. Citizen attitudes and political BEHAVIOR COMPARATIVE POLITICAL STUDIES, Vol. 33 No. 6/7, August/September 2000 912-940
5. Duch R., Taylor M., Postmaterialism and the Economic condition//American Journal of Political Science, Vol 37, Issue 3, pp 747-779, 1993, DOI:10.2307/2111573
6. Flathman, Richard E. (1993) «Legitimacy». In Robert E. Goodin and Philip Pettit eds. A Companion to Contemporary Political Philosophy. Cambridge MA: Blackwell.
7. Inglehart, R., Welzel C., Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence. Cambridge University Press, 2005.
8. Klingemann H. & Fuchs D. Citizens and the State. Oxford University Press, 2019
9. Marks G.N. Social The Formation of Materialist and Postmaterialist Values Science Research, Volume 26, Issue 1, March 1997, Pages 52-68

УДК 65.011

**СОВРЕМЕННЫЕ МОТИВАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ КАК ФАКТОР
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ
MODERN INCENTIVE PROGRAMS AS A FACTOR IMPROVE THE EFFICIENCY
OF MANAGEMENT**

**Огурцова Н.С.
Ogurtsova N.S.**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: netali1993@mail.ru)*

Аннотация: в статье рассматриваются современные подходы к управлению мотивацией, сущность стимулирования и мотивации персонала, анализируется специфика мотивации персонала в кадровом менеджменте предприятий, составляющие корпоративной системы мотивации, материальные и нематериальные мотиваторы, проблемы кадрового ресурса.

Abstract: the article considers the modern approaches to the management of motivation the essence of motivation and stimulation of personnel, the specificity of motivation in the personnel management of industrial enterprises, corporate motivation system, tangible and intangible motivators, challenges of human resources.

Ключевые слова: кадровый менеджмент, человеческие ресурсы, стратегия управления персоналом, стимулирование, мотивация, программа мотивации, корпоративная система мотивации, наставничество, адаптация, корпоративная культура.

Keywords: human resource management, human resources, HR strategy, incentives, motivation, incentive program, corporate incentive system, mentoring, adaptation, corporate culture.

На современном этапе развития экономики становится очевидным, что ни одна система управления не сможет успешно функционировать, если не будет включать в себя эффективную организацию стимулирования и мотивации труда, побуждающую работника предприятия работать производительно и качественно для достижения конкретно поставленной цели. Разработка такой системы, позволяющей в наибольшей степени соединить интересы и потребности персонала со стратегическими задачами предприятия, является ключевой задачей кадрового менеджмента [2]. Эффективное управление, высокая отдача от подчиненных невозможны без целенаправленного и умелого воздействия на мотивацию работников, без качественной системы мотивации труда.

Актуальность исследования связана со сложностью организации системы стимулирования и мотивации персонала, недостаточной изученностью особенностей мотивации работников.

Вопросы трудовой мотивации нельзя отнести к числу мало разработанных. В то же время необходимо осмысление накопленного российскими компаниями опыта управления мотивацией, исследование проблемы построения комплексной системы мотивации промышленных предприятий. Недостаточно разработанными остаются вопросы формирования и развития мотивации труда.

Рассмотрение роли и значимости мотивационного менеджмента в управлении персоналом целесообразно начать со слов Мери Кей Эш: «Если вы считаете, что можете, вы – можете [4]. Но если вы думаете, что не можете, значит, вы и не сможете». Вот почему желание и стремление специалиста качественно выполнять свои функциональные обязанности относятся к первостепенным причинам успешной профессиональной карьеры и, что не менее значимо, успешного функционирования любой организации.

Общеизвестно, что в одной и той же организации, в одном и том же отделе, при равных условиях организации трудовой деятельности, люди работают по-разному.

Как понять то обстоятельство, что одни специалисты неохотно выполняют лёгкую работу, а другие выполняют сложную работу качественно и с удовольствием? Можно ли воздействовать на позицию работника? «Да, можно», – так отвечает на приведённые вопросы О.Е. Лебедев, и я полностью разделяю его точку зрения.

Спецификой управления в условиях рыночных отношений является возрастающая роль личности работника, в связи с чем человекоцентристский подход занимает фундаментальное место в деятельности современного руководителя. Говоря словами Ли Якокка, «всё управление в конечном счете сводится к стимулированию активности других людей».

Тем не менее мотивация персонала – не самая успешная сегодня область в организации управленческой деятельности [1]. Одной из причин незрелости механизмов системы мотивации персонала, на мой взгляд, является недостаточное понимание отраслевых особенностей мотивации работников.

Для мотивации сотрудников компании сегодня используют как финансовые, так и нефинансовые методы вознаграждения. Между тем картины сравнительной эффективности методов мотивации ни теория менеджмента, ни практика управления персоналом не дают.

П. Друкер считает, что основная практическая задача подхода «школы Мейо» состоит в том, чтобы сделать людей способными к совместному действию, придать их усилиям эффективность и сгладить присущие им слабости. В этом смысле менеджмент вращается вокруг человека. Подход к управлению, который ставит в центр внимания человека, потому и назван человекоцентристским.

Понятно, что путь к эффективному управлению персоналом лежит через понимание мотивации людей. Только зная, что движет работником, что побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления. Для этого необходимо знать, как возникают или чем вызываются те или иные мотивы, как и какими способами мотивы могут быть приведены в действие, как осуществляется мотивирование людей. Решение такого рода проблем и является основной задачей мотивационного менеджмента.

По мнению Д.К. Маккеланда, все без исключения мотивы и потребности человека приобретаются и формируются в онтогенезе. Мотив здесь – «стремление к достижению некоторых общих целевых состояний», видов удовлетворения или результатов. Мотив достижения рассматривается как первопричина человеческого поведения. Г. Олпорт в книге «Личность» выдвинул идею личностного подхода к мотивации человека. В его теории самореализации личность рассматривается как первопричина человеческого поведения. В теории мотивации Э. Даффи поведение описывается через его направленность (подход, общая линия поведения) и интенсивность (внутреннее возбуждение и активность). При определении мотивации необходимо определить активацию и её направление.

В теории мотивации И. Аткинсона и К. Бёрча авторы выделяют несколько «языков» мотивации: экспериментальный, нейрофизиологический, поведенческий, математический. Основываясь на взглядах К. Левина и Э. Толмена, Аткинсон рассматривает поведение как, во-первых, ожидание чего-то, во-вторых, ценности, превращающейся в мотив. Новым здесь является то, что Аткинсон и Бёрч рассматривают не реакции, а действия (в том числе и вербальные). Воздействующие стимулы преобразуются в зависимости от мотивов, их значимости и оценки [3]. Это определяет эффективное состояние и характеристику действий. А. Маслоу в теории мотивации полагает стремление индивида к непрерывному развитию ведущим мотивом. Мотивы же определяются потребностями, а поведение зависит от потребностей и способностей. По А. Маслоу, высшего уровня мотивированности достигает всего лишь около 1 % всех людей. В самом общем виде мотивация человека к деятельности понимается как совокупность движущих сил, побуждающих человека к осуществлению действий. Эти силы находятся вовне и внутри человека и заставляют его осознанно или неосознанно совершать поступки.

Между мотивацией и конечным результатом деятельности нет жёсткой зависимости. Человек, очень мотивированный на выполнение своей работы, порой даёт результаты хуже, чем человек, менее мотивированный либо даже слабо мотивированный. Это обусловлено тем, что на результаты труда оказывает влияние множество других факторов (квалификация и способности работника, правильное понимание им выполняемой задачи, влияние на процесс работы со стороны окружения, удачливость).

Разрыв между мотивацией и результатами труда порождает серьёзную управленческую проблему: как оценивать результаты работы отдельного работника и как его вознаграждать? Если вознаграждать только по результатам труда, то тогда можно не мотивировать работника, получившего низкий результат, но старавшегося и затратившего большие усилия. С другой стороны, если вознаграждать работника в зависимости от мотивации, без учёта действительных результатов его труда, то можно вызвать ухудшение результатов работы менее мотивированных, но производительных работников. По-видимому, решение данной проблемы носит ситуационный характер.

Цель исследования – разработка предложений по совершенствованию управления мотивацией персонала на ОАО «Парфюмерно-косметическая компания «Весна». В ходе достижения цели должны быть решены следующие задачи:

- выявить специфику управления мотивацией персонала в кадровом менеджменте производственного предприятия;
- проанализировать организацию мотивации персонала в кадровом менеджменте ОАО «Парфюмерно-косметическая компания «Весна»»;
- разработать рекомендации по разработке программы мотивации персонала и совершенствованию управления мотивацией персонала ОАО «Парфюмерно-косметическая компания «Весна»» и оценить их эффективность.

Предложенные рекомендации позволят решить некоторые проблемы промышленных предприятий, в том числе проблему сохранения молодых специалистов.

В ПКК «Весна» должно быть разработано Положение об аттестации рабочих мест, отражающее:

1. Цели и задачи аттестации рабочих мест, направленные на всемерное улучшение условий труда, способствующих повышению безопасности, производительности труда, а также росту удовлетворенности трудом.
2. Периодичность и сроки проведения аттестации рабочих мест.
3. Порядок проведения аттестации рабочих мест предусматривает, что аттестации также подлежат те рабочие места, на которых работник производит хранение, перемещение и (или) применение сырья и материалов.
4. Критерии вредности или опасности определяет аттестационная комиссия, но устанавливаются они на основе общепринятых критериев оценки условий труда.
5. Последовательность проведения аттестации.
6. Методику проведения аттестации.

В условиях технического перевооружения, глубокой модернизации предприятий особую роль играет наставничество на рабочих местах [4]. Оно позволяет обеспечить сокращение сроков

адаптации рабочих на производстве, повышение производительности труда, способствует сокращению текучести, так как призвано, снизить процент увольнения в первые месяцы после трудоустройства.

Обязательным условием организации качественной стажировки, молодых рабочих является:

- высокая профессиональная квалификация, минимальная педагогическая подготовка, наставников, а также их лояльность по отношению к организации;
- высокая мотивация к обучению молодого рабочего;
- высокая мотивация персонала наставника.

Таким образом, эффективность подготовки рабочих кадров, передачи опыта, знаний, успешной адаптации работников в новом коллективе потребует введения следующих элементов в формируемую систему наставничества на предприятии:

– разработка положения о наставничестве на предприятии (или внесение дополнительной главы «Наставничество» в существующее на предприятии положение об адаптации), включающего, в том числе, материальные и нематериальные стимулы для молодого рабочего и наставников;

– применение материальных и нематериальных стимулов для молодого рабочего и наставников и их размер должны быть связаны не столько с самим фактом организации стажировки с наставником, сколько с достигнутыми в ходе результатами (уровень квалификации, трудовой дисциплины, выполнения плана, % брака и т.д.);

– организация обучения наставников для повышения их квалификации;

– создание культуры, в которой наставничество воспринималось бы как почетная миссия, (разнообразные знаки, размещение фотографий наставников на информационных досках, вручение сувенирной продукции, активное продвижение опыта лучших наставников в СМИ предприятия);

– обеспечение постоянного контроля организации наставничества путем анкетирования и собеседования с наставником и учеником.

Среди тех форм стимулирования, которые следует рекомендовать для применения в виде социальных программ: организация питания внутри компании, оплата транспортных расходов, медицинское обслуживание, помощь в получении дополнительного образования, программы страхования, организация корпоративных пенсионных и сберегательных фондов, проведение физкультурно-оздоровительных мероприятий, организация совместных поездок.

За счет внедрения предложенных мероприятий могут быть достигнуты следующие социальные показатели: снижение текучести среди молодых специалистов, проработавших на предприятии менее одного года в связи с нереализованными ожиданиями; сокращение числа обращений к администрации со стороны сотрудников с просьбой о переводе в другие подразделения в связи с неудовлетворенностью содержанием работы.

Предложенные мероприятия по совершенствованию мотивации труда работников на предприятии ОАО ПМК «Весна» повысят эффективность управления персоналом, что положительно скажется на работе всей организации.

Разработанные мероприятия позволяют обеспечить ОАО ПМК «Весна» работоспособным и конкурентоспособным персоналом, от которого зависит выполнение всех заказов, производство высококачественных изделий, точность выполнения принимаемых решений и успех работы каждого подразделения в отдельности и всего предприятия в целом.

Список литературы

1. Аллин О. Н., Сальникова Н. И. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала; Генезис - Москва, 2014. - 248 с.
2. Леженкина Т. И. Научная организация труда персонала; Синергия - Москва, 2017. - 352с.
3. Надеждина, В. Эффективная мотивация персонала. Как добиться максимум результата при минимуме затрат; Харвест - Москва, 2017. - 254 с.
4. Орлова Е. В. Мотивация персонала. Денежная и иная (проблемы документального оформления, учета, налогообложения); Библиотечка "Российской Газеты" - Москва, 2015. - 176 с.

О ПРИНЦИПАХ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ THE PRINCIPLES OF ADVERTISING COMMUNICATION

Одинцов Андрей Алексеевич*, Одинцова Ольга Витальевна**
Odintsov Andrey Alekseevich*, Odintsova Olga Vitalyevna**

*Московский государственный технический университет им. Н.Э.Баумана (МГТУ,
Национальный исследовательский университет), г.Москва
*Moscow state technical University. N. Eh.Bauman, Moscow
(votan3@mail.ru)

**Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Москва
** The Kosygin State University of Russia, Moscow
(odincova.o.v@mail.ru)

Аннотация: Исследуются принципы рекламной коммуникации. Обосновываются необходимость использования при осуществлении рекламной коммуникации принципов иерархичности приоритетов, законности, этичности, своевременности.

Abstract: The principles of advertising communication are Investigated. The necessity of using the principles of hierarchy of priorities, legality, ethics, timeliness in the implementation of advertising communication is substantiated.

Ключевые слова: реклама, коммуникация, принцип, законность, этичность, своевременность

Keywords: advertising, communication, principle, legality, ethics, timeliness

Современный динамичный мир требует скорости и краткости в объяснении, что почти автоматическое делает все более востребованными рекламные коммуникации, отличающиеся наглядностью, высокой и эмоциональной смысловой насыщенностью. За последние десять лет в глазах большей части исследователей рекламная коммуникация все чаще отождествляется с рекламно-манипуляционным трюками и технологиями, при этом ее сущность конкурирует с религией за высокое звание «опиума для народа» [1, С.27].

Реклама, как процесс формирования информации, характеризуется следующим: содержит оценку, которую завоевала рекламируемая продукция; позволяет потенциальным покупателям ставить цели или изменять уже поставленные; сообщает об оптимальных в данных условиях способах достижения целей; содержит сведения о вариантах поведения, не известных ранее потенциальному покупателю; информирует о поведении потенциального продавца, сообщает о возможных последствиях (позитивных и негативных) различных действий; информирует о возможной ответственности, ее характере, размере и вероятности наступления. (Полукаров В.Л., Головлева Е.Л., Почепцов Г.Г., Исаенко Е.Н.)

Доминирующей в теории и практике является точка зрения, согласно которой рекламная коммуникация – это вид бизнеса, в ходе которого происходит одностороннее опосредованное воздействие рекламиста на потребителя. В имеющихся источниках подчеркивается нацеленность рекламной коммуникации на увеличение объема продаж рекламируемого товара, на извлечение прибыли, неременное наличие у рекламной коммуникации конкретного бенефициара.[2]

В соответствии с общепринятым пониманием, принцип (лат. principium - основополагающее первоначало) есть основное положение, исходный пункт, предпосылка теории, концепции или деятельности. Что касается рекламной коммуникации, то принцип, как своего рода руководящая идея, установленное правило поведения, более того, нравственная основа жизни и деятельности имеет для каждого человека, объединений людей и общества исключительно большое значение.

Принципы рекламной коммуникации отражают наиболее общие закономерности, отношения и взаимосвязи между рекламодателем и потребителем, заказчиком и производителем рекламы. Принципы дают отправную точку при решении любых вопросов осуществления рекламной коммуникации, отражают общий подход при решении весьма разнообразных задач рекламной коммуникации, в складывающихся конкретных условиях и ситуациях.

В современном мире главным принципом рекламной коммуникации является выгода рекламодателя, при этом никакие интересы потребителя рекламы во внимание просто не принимаются. Исключительно в интересах рекламодателя используется скрытая реклама, спам, очевидно раздражающая реклама, введение в заблуждение, замалчивание и преувеличение, различного рода креативные «обманки» (встраивание косвенной рекламы непосредственно в сюжет передачи, программы, фильма и т.д.), создание эмоционального резонанса, различного рода провокации, искажение в частности, «лакировка» действительности.

В противоположность этому авторы полагают, что главным принципом осуществления рекламной коммуникации должен стать *принцип иерархичности приоритетов*. Принцип иерархичности означает, что при возникновении конфликта интересов, необходимо следовать определенным правилам:

- интересы потребителя выше, чем интересы производителей рекламы;
- интересы государства выше, чем интересы коммерческой структуры;
- интересы государство совпадают с интересами населения в целом;
- интересы населения в целом и государства выше, чем интересы любой отдельной социальной общности;
- интересы населения в целом выше, чем интересы отдельного потребителя рекламы.

Осуществление рекламной коммуникации в разрабатываемой авторами концепции должен опираться также на следующие *основные принципы*: законности, этичности, своевременности и уместности, развития (нацеленности на воспитание населения в духе развития и совершенствования), гармоничности, позитивности, эстетичности.

Принцип законности означает, что рекламная коммуникация должна отвечать в полной мере не просто букве, но духу закона.

Принцип позитивности предполагает, что рекламная коммуникация «эксплуатирует» исключительно позитивные эмоции и психологические состояния. Активизация рекламой страха, депрессии, иных негативных состояний должно находиться под строгим запретом. Ведь в силу высокой повторяемости такого рода массовое воздействие отрицательно влияет на отдельных людей и общество в целом. В идеале постепенно сфера реклама должна придти к тому, что перестанет будить у человека даже всякого рода негативные ассоциации.

При раскрытии *принципа этичности* следует опираться на понятия нравственности и морали. Нравственность является вездесущей - она существует везде, где существует человек. Нравственные искания – одна из сторон духовной жизни личности, особенно интенсивно проявляющаяся в моменты принятия ответственных решений, в ситуациях морального выбора, при разрешении нравственных конфликтов.

Отметим, что нравственность - собственно человеческое измерение культуры, она сама является высшей ценностью в ряду всех других культурных ценностей (религиозных, правовых, эстетических, научных и т.д.).

Специфика нравственности - в ее фундаментальности, она делает возможными все прочие отношения между людьми, она заключается в особой нацеленности людей друг на друга, на сотрудничество. В этом смысле, следует согласиться с великим Учителем человечества - Конфуцием, который говорил, что основой всякой добродетели является человеколюбие. Если есть человеколюбие, то все остальные качества производны, и наоборот, если нет человеколюбия, то все поступки и отношения обесцениваются. Человеческие отношения и человечность отношений - очень близкие понятия.

Нравственность и есть та человечность, без которой отношения людей никогда бы ни приобрели человеческого характера.

Одновременно с этим, мораль представляет собой проекцию нравственности на конкретную социальную общность – семью, неформальную группу, сословие, народность, нацию, корпорацию, государство и т.д. Представители конкретной социальной общности (организации) интерпретируют с одной стороны, нравственность, и в частности, такие категории, как справедливость, доблесть, совесть, а с другой – складывающиеся ситуации нравственного выбора в своих интересах. Ключевое значение при этом имеет мировоззрение социально значимых участников этой общности. Постепенно формируется представление о том, что такое «добро» и «зло» с позиций данной социальной общности, иначе говоря, формируется мораль этой общности.

Мораль выражает в своих нормах интересы общества или определенной социальной группы, их требования к поведению людей, к их поступкам, т.е. формирует нормы поведения. Мораль регулирует поведение человека во всех без исключения сферах его общественной жизни – в труде и быту, в политике и науке, в семье и общественных местах, однако играет в них неодинаковую роль. Во всех указанных сферах помимо морали действуют и иные регуляторы поведения – правовые нормы, производственные и административные распоряжки, уставы и инструкции, распоряжения должностных лиц и т.д.

Принцип этичности имеет несколько немаловажных граней. Во-первых, недопустимо использование манипулятивных возможностей рекламной коммуникации в корыстных целях или в ущерб потребителю рекламы.

Во-вторых, рекламная коммуникация должна дорожить вниманием потребителя рекламы и относиться к нему как к драгоценному и невозполнимому ресурсу. Не должна злоупотреблять вниманием потребителя рекламы (быть назойливой, навязчивой, стремиться заполнить информационное пространство, привлечь и не отпустить внимание потребителя, бессмысленно забирая у него энергию внимания). В целом, к рекламной коммуникации предъявляется требование быть этичной по отношению к потребителю и конкуренту. Использование рассматриваемого принципа позволило бы, на наш взгляд, строго ориентировать рекламодателей, заказчиков и производителей рекламной продукции, а также систему рекламы в целом на этическое взаимодействие, безусловное принятие во внимание особенностей морали социальных общностей, интересы которых затрагивает рекламная деятельность, более того, формирование у потребителя нравственного сознания.

Принцип гармоничности: реклама должна гармонично согласовываться с информационным окружением, то есть, она не должна прерывать художественные фильмы, даваться сразу после информации о деятельности руководителей государства, государственных органов и, тем более, духовных лидеров. После информации о трагедии не должна идти юмористическая реклама. Реклама не должна раздражать, содержать разрушительную символику или символику, чуждую для социума, которому она адресована. Не может оскорблять религиозные чувства верующих, возбуждать межнациональную или межрелигиозную рознь.

Принцип своевременности и уместности требует, чтобы реклама была уместной по времени и по месту (пространству). Пропаганда эффективна, когда аудитория готова к ее восприятию.

Принцип эстетичности, безусловно, связан с принципом гармоничности и означает, что рекламная коммуникация должна быть безупречной с точки зрения эстетики. В данном случае речь идет о внешней форме ее представления – графическом исполнении используемых шрифтов и знаков, цветовой гамме, тембре голоса радио- или телеведущего и, диктора за кадром, музыкальном сопровождении. в рекламном повествовании должны быть правильно расставлены акценты - смысловые, интонационные, текстовые, зрительные, звуковые, ритмические, скоростные, шумовые, музыкальные.

Что касается *принципа развития* (нацеленности на воспитание населения в духе развития и совершенствования), то речь идет о следующем. Рекламная коммуникация должна

воспитывать своего потребителя в позитивном ключе, быть направлена на формирование стиля и образа жизни, способствующего развитию и совершенствованию человека и общества, соответствующих позитивных мод, в частности, моды на позитивное мировоззрение, полагающего смыслом жизни развитие и совершенствование человека, Мира, Реальности.

Прямо противоположен указанному принципу развития следующий пример убогой рекламы на пятом телевизионном канале. Демонстрацию художественного фильма «Пятый элемент» пение оперной дивы без всякого предупреждения прерывает реклама сотового оператора: «Не голос, а голосище, не безлимитный, а безлимитище!». Такого рода реклама грубо искажает авторский замысел не только мизансцены, но и фильма в целом, пытается представить в квазисмешном виде ситуацию, требующую от зрителя философского осмысления.

Прямо противоречащей принципу развития и в этой связи недопустимой и чрезвычайно опасной представляется отмечаемая исследователями ориентация рекламы на пошлость, примитивизацию населения.

Указанные принципы по мере освоения их участниками сферы рекламной коммуникации (рекламодателем, разработчиками рекламы и потребителями рекламы) должны регламентироваться в нормативно-правовом порядке. [3, с.37-41]. Манипулятивная технология, воздействующая на сознание потребителей, увеличивает напряженность в обществе, настраивает людей против собственной страны, государства [4]. Выполнение названных принципов должно находиться под пристальным и постоянным контролем со стороны государства, а также общественных организаций и объединений рекламодателей.

Список литературы

1. *Бондарь В.* Трюкачи и зазывалы постмодерна // Однако. - № 15 (79). 2011. – С.27.
2. *Одинцова О.В., Морозов Р.В.* Восприятие рекламы: информационно-психологический аспект. Монография /Под ред. д.э.н., профессора А.А. Одинцова. - М.: Издатель Морозов Р.В. – 2016.- 168с.
3. *Одинцов А.А.* Рекламная коммуникация как инструмент выхода из цивилизационного кризиса: Монография./ А.А. Одинцов – М.: Новая реальность, 2017. – 160 с.
4. *Одинцов А.А., Одинцова О.В., Губачев Н.Н.* О манипулировании сознанием потребителя в рекламной коммуникации// Сб. V Всероссийская научно-практическая конференция «Инновационные технологии управления» (15 ноября 2018г., НГПУ им. К. Минина) - Н. Новгород. Мининский университет, 2018.-289 с.-С.141-144.
5. *Полукаров В.Л., Головлева Е.Л.* Рекламная коммуникация. – М.: Дашков и Ко. – 2002.
6. *Почепцов Г.Г.* Теория и практика коммуникации. – М., 1998.

УДК 677.074

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДВИЖЕНИЕМ ПРОДУКЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ **METHODS OF MANAGEMENT OF PRODUCTS PROMOTION ON THE REGIONAL MARKETS**

Петросян Александр Давидович
Petrosyan Alexander Davidovich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: pad10806@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены и систематизированы концептуальные подходы и методы различных социально-гуманитарных, естественных и технических наук составляющих основу комплексного научно-методического обеспечения управления продвижением продукции на региональные рынки.

Abstract: Conceptual approaches and methods of various social and humanitarian, natural and technical science of basis components of complex scientific and methodical ensuring management of products promotion on the regional markets are considered and systematized.

Ключевые слова: продвижение продукции, региональные рынки, научные дисциплины.

Keywords: products promotion, regional markets, scientific disciplines.

Управление продвижением продукции промышленных корпораций на региональные рынки предполагает использование как мультидисциплинарного, так и междисциплинарного подхода. Особенность междисциплинарного подхода состоит в том, что он допускает прямой перенос методов исследования из одной научной дисциплины в другую, а мультидисциплинарный подход стремится использовать обобщенную картину предмета исследования, по отношению к которой все ее дисциплинарные картины предстают в качестве ее частей.

Принимая во внимание специфику объекта – региональные рынки, на который осуществляется продвижение продукции, на основе анализа научной литературы по маркетингу [1, 2, 3, 4, 5, 6], региональной экономике [7, 8, 9, 10] и теории региональных рынков [11] были систематизированы концептуальные подходы и методы различных социально-гуманитарных, естественных и технических наук, которые составляют основу **комплексного научно-методического обеспечения управления продвижением продукции промышленных корпораций на региональные рынки** и рекомендуются к применению для осуществления тех или иных процедур процесса управления продвижением продукции.

Все научные дисциплины условно подразделяются на девять групп: маркетинг, науки об экономике регионов, управленческие, общенаучные, математические, экономические, социально-психологические, технические, юридические дисциплины.

Маркетинг. В рамках *стратегического и тактического маркетинга*, на наш взгляд, должны решаться проблемы, связанные с определением предприятием места на целевых сегментах регионального рынка; выявлением наиболее перспективной продукции и определением позиции на рынке, как товара, так и самого предприятия; определением основных инструментов воздействия на целевые сегменты в виде товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики предприятия в целях успешного продвижения продукции на региональные рынки.

В функции *маркетингового анализа регионального рынка* мы включаем методы оценки ситуации на рынке, выявления тенденций и перспектив развития рынка, проведения анализа конкурентов, выявления структуры рынка, оценки его емкости, основных каналов сбыта и продвижения продукции, исследования рынка с использованием качественных и количественных методов (фокус-групп, глубинных интервью, опросов и т.д.).

С помощью *теории и методов рекламы* осуществляется передача информации, направленной на достижение понимания между продавцами и покупателями, на осведомление потребителей о свойствах новой или улучшенной продукции с целью дальнейшего их обучения в области использования новых видов продукции.

Применение методов *имиджологии*, по нашему мнению, должно быть направлено на формирование правдивого и привлекательного образа корпорации, ее бизнес-единиц и продукции, с целью повышения доверия клиентов к этим предприятиям и их продукции.

Брендинг должен способствовать созданию долгосрочного предпочтения потребителями продукции путем усиленного воздействия на потребителей посредством товарного знака, упаковки, рекламных обращений, объединенных определенной идеей с учетом региональной специфики потребления и выделяющих продукцию корпорации на региональном рынке среди продуктов - конкурентов и создающих ее образ.

В состав *public relations* мы предлагаем включить набор процедур, направленных на повышение узнаваемости образа продукции корпорации и ее деловой репутации, что способствует улучшению процесса продвижения и установлению благоприятных

взаимоотношений с контрагентами в регионах, не связанными с корпорацией и ее бизнес-единицами прямыми коммерческими связями.

При продвижении продукции *методы логистики* следует использовать для эффективного управления товарными потоками на региональные рынки с обеспечением наименьших издержек и высокого уровня организации процессов снабжения, управления товарным рынком, производства, сбыта и послепродажного обслуживания.

Науки о регионах. Для организации и управления продвижением продукции на региональные рынки профильным сотрудникам корпорации и ее бизнес-единиц, по нашему мнению, необходимы знания по региональной экономике и теории региональных рынков. Знания в области *теории региональных рынков* позволяют сотрудникам корпорации использовать методический инструментарий указанной теории в своей практической деятельности по продвижению продукции на региональные рынки, с учетом специфики строения рынков, закономерностей их функционирования и развития, а также закономерностей развития системы региональных рынков.

Управленческие дисциплины. Методы *менеджмента* (теории управления), по нашему мнению, должны применяться сотрудниками корпорации в процессах планирования, контроля, регулирования и стимулирования продвижения продукции на региональный рынок. В соответствии с принципами *стратегического менеджмента* мы предлагаем при планировании продвижения продукции на региональный рынок учитывать миссию и цели бизнеса корпорации; анализировать сильные и слабые стороны корпорации, ее потенциальные возможности, параметры внешней и внутренней среды; проводить анализ выбранных стратегий и оценку их реализации, а также конкурентных преимуществ корпорации и ее конкурентов.

Для интегрированных корпоративных структур нами рекомендуется использовать методы *корпоративного управления* как комплекса взаимоотношений между менеджментом головной организации, бизнес-единицами и прочими заинтересованными участниками (стейкхолдерами) по вопросам продвижения продукции на региональные рынки.

Информационные технологии предназначаются для организации информационного обеспечения управления продвижением продукции на этапах проведения маркетинговых исследований, создания и развития клиентской базы данных в разрезе региональных рынков, доведения продукции от поставщика до потребителя и контроля продвижения продукции на региональные рынки.

С помощью методов *контроллинга*, по нашему мнению, следует осуществлять комплексную систематическую оценку и улучшение результатов деятельности всех подразделений корпорации, занятых продвижением продукции. Применение контроллинга также позволит проводить коррекцию и восстановление процессов продвижения продукции в соответствии с намеченными целями, в случае расхождения с планами.

Методы теории *управления персоналом* должны стать основой для организации кадрового обеспечения процесса управления продвижением продукции на региональные рынки, включая разработку стратегий кадровой политики и конкретных механизмов управления персоналом головной организации корпорации и ее бизнес-единиц, занятого на всех этапах процесса продвижения продукции. Причем отбор и прием персонала бизнес-единиц, оценку, профориентацию и адаптацию работников, их обучение, мотивацию и организацию труда, по нашему мнению, следует проводить с учетом особенностей региона, на территории которого располагается бизнес-единица.

Общенаучные дисциплины. *Системный анализ* должен использоваться для исследования любой рыночной ситуации при продвижении продукции как некоторой системы с большим числом элементов с внутренними и внешними причинно-следственными связями. В рамках системного анализа мы также предлагаем применять *комплексный подход*, который позволяет исследовать рыночную ситуацию, рассматривая ее как объект, с позиций различных критериев. Например, для объективного анализа региональный рынок

определенного товара, необходимо рассматривать с позиций спроса, предложения, цены, жизненного цикла товара и т.д.

Философия. В научной литературе предлагается концепция просвещенного маркетинга как философии маркетинга, ориентированного на потребителя и учитывающего ценностные характеристики товара, осознание своей миссии, социально-этические цели и ответственность предприятия-производителя. Эта философия должна стать, по нашему мнению, методологической основой организации управления продвижением продукции на региональные рынки для всех участников рыночных отношений, складывающихся в процессе продвижения продукции.

Применение *этического подхода*, на наш взгляд, предполагает изучение взаимоотношений корпорации как производителя продукции и потребителей, а также решение этических проблем, к которым относятся обеспечение безопасности и должного качества продвигаемой на региональный рынок продукции, правдивость рекламы, справедливость ценообразования, честная конкуренция, объективное проведение маркетинговых исследований и т.д.

Математические методы. Помимо традиционных математических методов (элементарная алгебра, математический анализ) для продвижения продукции нами выявлена возможность использования методов:

- *математического, в частности линейного программирования* - для поиска оптимального решения при выборе более выгодного ассортимента в условиях ограниченности ресурсов, расчете оптимальной величины товарных запасов и планировании рациональных маршрутов передвижения грузов;

- *теории массового обслуживания* - для изучения закономерностей потока заявок на обслуживание и соблюдения необходимой очередности при обслуживании потребителей;

- *теории вероятностей* - для оценки вероятностей наступления определенных событий в процессе продвижения продукции и выбора возможных действий при планировании продвижения;

- *математической и отраслевой статистики* - для оценки емкости рынка и его сегментов, величины и тенденций изменения спроса на продукцию, а также прогнозирования объемов продаж и спроса и др.

- *экспертных оценок* (методы «Дельфи» и «Мозговая атака») - для получения количественных оценок качественных явлений в процессе продвижения продукции, выявления сильных и слабых сторон участников этого процесса.

Экономические науки. *Экономика и финансы.* Применение экономических методов в процессе продвижения продукции, по нашему мнению, предполагает экономическую оценку процесса продвижения продукции с помощью таких показателей, как объем товарооборота, уровень производственных и товарных запасов, величина издержек обращения, широта ассортимента товаров, уровень покупательского спроса и цен на товары, экономическая эффективность продвижения продукции.

Финансовые расчеты, необходимы для организации управления продвижением продукции. Так, *методы ценообразования* служат для достижения определенного ценового восприятия продукции, установления базовых и конечных рыночных цен, формирования цен на основе их «психологического восприятия», максимизации прибыли от продаж, информирования о ценности товара потребителей и формирования восприятия качества товара.

Социально-психологические дисциплины. *Социологические методы* предназначены для выявления и анализа конкретных потребительских групп и общественных слоев (контактных аудиторий) регионального рынка по вопросам предпочтений, потребностей и платежеспособного спроса на продукцию.

Методы психологии и психофизиологии, по нашему мнению, следует использовать для выявления и анализа индивидуальных мотивов, предпочтений, потребностей и платежеспособного спроса представителей контактных аудиторий регионального рынка на

продукцию, а также повышения действенности рекламных и других приемов и способов формирования спроса, воздействия на восприятие потребителей, на принятие ими решений в пользу выбора данного вида продукции.

Технические дисциплины. Концепции и методы *технической (теории дизайна) и практической эстетики человеческого поведения*, на наш взгляд, должны стать основой для воспитания вкусов, как изготовителей, так и потребителей продукции, формирования разумных потребностей и восприятия продвигаемой продукции на региональных рынках.

Применение методов *управления качеством* ставит своей целью повышение качества продукции, в соответствии, как с требованиями и ожиданиями потребителей, с учетом специфики потребления в регионе, так и мировыми аналогами и предполагает рационализацию затрат на обеспечение качества, сертификацию продукции и внедрение программ улучшения ее качества.

Правовые дисциплины. *Правовые дисциплины* служат для обеспечения равных прав участникам рынка и недопущения разногласий между ними, для защиты прав потребителей и соблюдения условий контракта между поставщиками и покупателями продукции, ограничения продажи и потребления некачественной продукции. Это, в первую очередь, отрасли трудового, предпринимательского, коммерческого, финансового, налогового, банковского, арбитражного, муниципального, морского и международного права.

В заключение статьи следует отметить, что методы изучения региональных рынков используются не в полной степени, а положения региональной экономики практически не применяются, на наш взгляд, необходима разработка комплекса методик управления продвижением продукции промышленных корпораций, с учетом изучения отличительных особенностей региональных рынков.

Список литературы

1. *Беляев В.И.* Маркетинг: основы теории и практики: учебник - 2-е изд. – М.: КноРус, 2007. 669 с.
2. *Голубков Е.П.* Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Финпресс, 2003. 493 с.
3. *Инновационные технологии в системе российского маркетинга: монография / Н.С. Перекалина и др.* - М.: Форум, 2007. 207 с.
4. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент. Пер. с англ., 11-е изд. – СПб.: Питер Принт, 2003. 797 с.
5. *Моисеева Н.К., Коньшева М.В.* Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: учеб. пособие - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2005. 416 с.
6. *Паничкина Г.Г., Мазилкина Е.И.* Система продвижения товара или promotion – технологии от А до Я. – М.: Издательство «Альфа – Пресс», 2006. 248 с.
7. *Бурак П.И., Ростанец В.Г., Топилин А.В.* Инфраструктура межрегионального экономического сотрудничества и императивы инновационного развития. - М.: Экономика, 2009. 367 с.
8. *Лексин В.Н., Швецов А.Н.* Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития М.: ЛКИ, 2007. 368 с.
9. *Региональная экономика.* Под ред. В.И. Видяпина, М.В. Степанова. - М.: ИНФРА-М, 2008. 665 с.
10. *Фетисов Г.Г.* Региональная экономика и управление. - М.: ИНФРА-М, 2008. 416 с.
11. *Яненко Я.В.* Захват региональных рынков: война локальных брендов и «чужаков»: пособие по выживанию. - М.: Эксмо, 2007. 208 с.

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ ОГРАНИЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ЭГОИЗМА**
INSTITUTIONAL MECHANISM OF RESTRICTION OF ECONOMIC EGOISM

Петросян Давид Семенович
Petrosyan David Semyonovich

Институт региональных экономических исследований, Россия, Москва
Institute of regional economic researches, Russia, Moscow
(e-mail: pet_dav@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены вопросы снижения экономического эгоизма в рыночной экономике, предложен институциональный механизм и пути снижения экономического эгоизма.

Abstract: Questions of decrease in economic egoism in market economy are considered. The institutional mechanism and ways of decrease in economic egoism are offered.

Ключевые слова: экономический кризис, экономический эгоизм, институциональный механизм

Keywords: economic crisis, economic egoism, institutional mechanism.

В научной литературе много внимания уделяется анализу причин и последствий финансово-экономического кризисов [1,2]. Очевидно, это многоаспектная проблема, но мы считаем необходимым остановиться на духовно-нравственных факторах его возникновения. Однако авторы всех этих теорий оставляют в стороне духовно-нравственные факторы. Ученых-экономистов больше интересуют финансовые причины кризисов и лишь в малой степени – связанные с человеческим фактором. Хотя известно, что нарушение равновесия в социально-экономической системе и эмерджентные флуктуации в ней возникают не только из-за присущего человеку иррационального экономического поведения, но и вследствие низкого уровня морального сознания экономических субъектов, вступающих в ценовые и неценовые формы конкурентных отношений, свойственные современной рыночной экономике.

Патриарх Московский и всея Руси Кирилл, касаясь темы глобального финансового экономического кризиса: «По мере его развития становится все более очевидным, что корни этого бедствия кроются не столько в экономической, сколько в нравственной сфере». Он также отметил, что «...путь к преодолению кризиса экономики лежит через преодоление кризиса человеческих душ, через отказ от культа богатства, от безудержного потребления, от погони за наживой любой ценой, от эгоистического использования собственности, от пренебрежения нуждами бедных» [3].

К важнейшим свойствам экономических субъектов относится моральная категория «экономический эгоизм». Под ним мы понимаем такие ценностные ориентации экономического субъекта, которые приводят к преобладанию в его экономическом поведении своекорыстных собственнических интересов, противоречащих интересам и потребностям других экономических субъектов – людей, социальных групп и общностей. Экономический эгоизм, антиподом которого выступает *экономический альтруизм*, проявляется на всех уровнях экономических отношений: на мегауровне – в отношениях между странами, на макроуровне – в масштабах национальной экономики, на мезоуровне – в рамках административно-территориальных образований, хозяйственных комплексов и корпоративных структур; на микроуровне предприятий; на мини-уровне структурных подразделений предприятий и организаций; наконец, на наноуровне взаимодействия физических лиц – экономических субъектов.

На наш взгляд, экономический эгоизм имеет и негативные, и позитивные последствия. Еще А. Смит, выдвинув идею «невидимой руки рынка», тем самым утверждал позитивную роль того, что мы называем экономическим эгоизмом. В этом он был солидарен с французским энциклопедистом Гельвецием, который заявлял, что эгоизм изначально присущ человеку, выступает его естественным свойством и главным фактором общественного развития. Но веком ранее Б. Паскаль писал: «Люди ненавидят друг друга, – такова их природа. И пусть они пытаются поставить своекорыстие на службу общественному благу, – эти попытки только лицемерие, подделка под милосердие, потому что в основе основ все равно лежит ненависть».

Разумеется, сущность рынка – конкуренция при удовлетворении личных и групповых, эгоистичных по своей природе потребностей, поэтому экономический эгоизм имманентен рынку, и его на практике полностью искоренить невозможно, но надо свести к допустимому минимуму. Следовательно, нужно говорить о *рациональном экономическом эгоизме*, основанном на принципах взаимопомощи, сотрудничества и доверия между экономическими субъектами, которые при этом не игнорируют чувства, интересы и права других субъектов ради достижения собственных целей (Парето-улучшение).

Распространение экономического эгоизма во многом связано с безудержной пропагандой вещиизма и потребительства в медийной среде, прежде всего на телевидении. В частности, этому способствуют рекламные кампании, в которых звезды шоу-бизнеса демонстрируют гламурный образ жизни. В результате такого манипулирования массовым сознанием искажается моральное сознание, усиливается экономический эгоизм, чаще наблюдаются кризисные явления в экономических отношениях.

Для решения данной задачи надо использовать *институциональный механизм достижения рационального уровня экономического эгоизма*. Он представляет собой систему регуляторов, оказывающих институциональное воздействие со стороны государства и общества на всю совокупность экономических отношений и социальных зависимостей, складывающихся в ходе воспроизводственного цикла. Необходимо сформировать особые поведенческие установки экономических субъектов, обеспечивающие их следование этическим нормам. Мы предлагаем такое определение *критерия рациональности экономического эгоизма*: экономический субъект может стремиться к достижению допустимыми способами конкурентных преимуществ, но при этом он не должен ущемлять интересы всех остальных контрагентов. Разумеется, если один участник рынка обеспечит себе конкурентные преимущества, то остальные участники потеряют часть своего дохода, но масштабы потерь должны быть разумными, чему и должен способствовать соответствующий институциональный механизм.

Институциональный механизм воздействует на выбор экономическими субъектами стратегии рыночного поведения. Условием выбора наилучшей стратегии, отвечающей критерию рациональности экономического эгоизма, выступает максимальная согласованность внутренних мотивов экономического поведения с внешними институциональными этическими нормами. К последним относятся функциональные ограничения на выбор форм экономического поведения, система стимулов и штрафов, имеющих превентивный характер. С их помощью формируются социальные установки, понимаемые как готовность экономического субъекта действовать в соответствии с морально-нравственными требованиями в конкретных экономических ситуациях.

Мотивация такого *поведения субъектов экономической деятельности на стадиях производства, распределения, обмена и потребления* в значительной степени определяется их *нравственной позицией*. Эти моральные нормы и этические правила совместной жизнедеятельности задаются социально-экономическими институтами. Однако, согласно концепции морального сознания, жесткая нормативная регуляция поведения личности соответствует низшему, не самому эффективному уровню морального поведения.

Экономический субъект, следующий общепринятым формальным нормам экономического поведения на рынке, придерживается псевдоморальных принципов,

стереотипных социальных установок и обычаев. Но высший нравственно-этический уровень регуляции индивидуального поведения в условиях рыночных отношений может быть достигнут, когда экономический субъект самостоятельно выработает и усвоит собственную систему ценностных ориентаций, руководствуясь гражданским долгом и социальной ответственностью.

Следовательно, нравственная составляющая в экономических отношениях станет руководством к действию, если социальные установки будут не просто приняты как догмы, а глубоко осмыслены и превращены в моральные убеждения экономических субъектов. Наличие таких убеждений и устойчивых привычек свидетельствует о нравственной зрелости человека, что важно для повышения общественной эффективности рыночных отношений. Как показывает практика хозяйствования, с учетом краткосрочности многих предпринимательских начинаний возможность быстро получить материальные блага без оглядки на нравственные запреты приводит к распространению экономического эгоизма.

Исторический опыт свидетельствует о том, что повышение экономической эффективности производства материальных благ и соблюдение духовно-нравственных критериев их распределения находятся в сложных диалектически-противоречивых отношениях. Страны с тоталитарным режимом часто демонстрируют высокую эффективность производства, но за счет подавления прав и свобод человека. Но даже в демократическом обществе, когда оно оказывается в кризисных условиях и экстремальных обстоятельствах, нередко приходится прибегать к жестким, директивным методам антикризисного управления.

Однако в долгосрочной перспективе авторитарные методы управления национальной экономикой приводят к накоплению несправедливости в экономических отношениях, в результате консолидируются социальные группы, страдающие от диспропорций при распределении материальных и духовных благ. Затем вероятны социальные потрясения и кризисные явления, чреватые как значительными экономическими убытками, так и моральными потерями

Повышение экономической эффективности производства – необходимое, но недостаточное условие улучшения качества жизни населения и не всегда связано с соблюдением духовно-нравственных критериев. Следовательно, для снижения уровня экономического эгоизма важен поиск *компромисса* между рассматриваемыми социально-экономическими категориями; более того, социально-экономическая политика государства, его долгосрочная стратегия и тактика должны быть направлены на достижение такого компромисса. Рассмотрим комплекс мер, позволяющих это обеспечить.

Институциональная политика. Чтобы достичь компромисса между экономической эффективностью и духовно-нравственными факторами экономической деятельности и уменьшить негативные проявления экономического эгоизма, система государственного регулирования экономики нуждается в мощной институциональной поддержке, ориентированной на повышение социальной справедливости. Важно отразить ее принципы в нормативно-правовых актах и неформальных конвенциональных нормах, регулирующих экономические отношения.

В современной России, стремящейся создать высокоэффективную экономику и демократическое общество, главную роль регуляторов социально-экономических отношений должны играть *институты гражданского общества*, которые обеспечивают защиту человека от различных форм эксплуатации со стороны государства и других политических структур и экономических субъектов. Эти институты способствуют созданию и развитию механизмов общественного самоуправления, участвуют в формировании общественного мнения при помощи независимых средств массовой информации, выступают эффективным противовесом административному ресурсу в управлении социально-экономическими процессами, содействуют совершенствованию нормативно-правовой базы экономики.

Информационная политика и задачи воспитания. На смену популяризации безудержного потребления, роскошного образа жизни и ложных представлений о жизненном успехе должна прийти взвешенная пропаганда *идеологии социальной справедливости, квалифицированного труда, качественного образования и здорового образа жизни.*

К числу первоочередных задач информационной политики государства относится *нравственное воспитание.* Известно, что поведение человека в социуме в значительной степени формируется под влиянием подражания, психического заражения, внушения и убеждения. Чтобы

ограничить экономический эгоизм на наноуровне, можно воспользоваться различными сочетаниями следующих методов, приемов и средств воспитания:

– *убеждение* путем психолого-педагогического воздействия на разум, чувства, волю человека с целью сформировать у него моральное сознание, необходимые ценностные ориентации и нравственные качества, противостоящие экономическому эгоизму;

– *подражание* при задании в качестве эталона нравственного экономического поведения известного человека, обладающего высоким моральным авторитетом для экономических субъектов;

– *формирование морально-нравственных установок, навыков и привычек поведения в экономических отношениях*, несовместимых с экономическим эгоизмом;

– *методы стимулирования*, главная задача которых – усиление синергетического взаимодействия первых трех методов. Здесь следует выделить *поощрение*, направленное на эмоциональное подкрепление успешных действий и нравственных поступков, и *наказание*, ориентированное на пресечение негативных, противоречащих нравственным принципам действий человека в экономических отношениях.

Помимо целенаправленных методов воспитания, личность человека складывается под спонтанным влиянием институтов социализации. Мы предлагаем на всех уровнях управления в социальной политике предусмотреть *мероприятия по исключению вредного влияния институтов социализации*, которые формируют негативные виды экономического поведения (прямо или косвенно задают идеалы индивидуализма, нацеливают на борьбу за высокий социальный статус, власть и обладание все большими благами). К таким институтам относятся не только неформальные социальные группы, составляющие микросоциальную среду обитания, но и многие виды поп-арта, реклама, мода, кинофильмы, телевизионные передачи, поп-музыка, театральные постановки и литературные произведения некоторых современных писателей.

Список литературы

1. *Аттали Ж.* Мировой экономический кризис. Что дальше? La crise, et apres? - СПб: Питер, 2009. -174 с.

2. *Кругман П.* Возвращение великой депрессии? Мировой кризис глазами нобелевского лауреата. - М.: Эксмо, 2009. -336 с.

3. *Патриарх Кирилл:* «Экономические бедствия – следствие кризиса человеческих душ». www.aif.ru/z2/index.php/society/article/25214.

УДК 339.97

РОЛЬ НОВЫХ РЫНКОВ СБЫТА ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ THE ROLE OF NEW MARKETS IN THE FOREIGN TRADE STRATEGY OF COMPANIES

Пивикова Екатерина Константиновна
Pivikova Ekaterina Konstantinovna

Независимый исследователь, Россия, Москва
Independent researcher, Russia, Moscow
(e-mail: k.pivikova@gmail.com)

Аннотация: Рассматриваются основные возможности для компании при выходе на новые рынки, цели, которые преследуют компании, разрабатывая внешнеторговую стратегию, а также агентства продвижения экспорта.

Abstract: The article reads about the main opportunities for the company when entering new markets, the goals pursued by companies, developing a foreign trade strategy, as well as export promotion agencies.

Ключевые слова: международный рынок, стратегия выхода на внешний рынок, глобализация.

Keywords: international market, foreign market entry strategy, globalization.

В последние годы ввиду глобализации мировой экономики, существенных сдвигов в политической и экономической ситуации в стране, усиления конкуренции и изменения поведения потребителей компании вынуждены пересмотреть свою политику. Если в конце прошлого столетия большинство отечественных фирм предпринимало шаги защитного характера, то в последние годы приоритеты изменились, на первый план выдвинулись цели роста и расширения, в том числе выход на новые рынки. Поэтому для любой фирмы первостепенной задачей становится проработка внешнеторговой стратегии, которая позволит снизить потенциальные риски, предусмотреть специфику ведения бизнеса за рубежом и конкуренции с иностранными компаниями.

На сегодняшний день существует множество литературы по данной теме, среди прочих стоит отметить работы Бабкина А.В. и Байкова Е.А.²², Васютченко И.Н.²³, Тараканова С.И.²⁴ Также ряд ведомств в России выпустил книги для поддержки предпринимателей, которые могут быть весьма полезны на начальном этапе проработки стратегии компании, например, в 2014 году Российский экспортный центр опубликовал пособие под названием «Как экспортировать? Пособие для начинающих экспортеров».

Компании решают выйти на международные рынки по разным причинам, и эти разные цели на момент выхода должны определять стратегию, дальнейшую деятельность и даже формы участия на рынке.

Одной из ключевых целей, которые определяют аналитики, является увеличение прибыли. Как известно, на ее рост влияют различные факторы. Во-первых, на международных рынках компании могут устанавливать цены выше, чем на домашних. Во-вторых, если компания обладает уникальным продуктом или технологическим преимуществом, недоступным для международных конкурентов, то это преимущество должно привести к крупным успехам в бизнесе за рубежом. В-третьих, распространение продукции в других странах увеличивает клиентскую базу, за счет которой увеличивается рост самого рынка сбыта, а следовательно и продаж.

Компания может стремиться к увеличению продаж на иностранном рынке не только ради прибыли, но и с целью увеличения присутствия на нем. Предприятие, которое первым вышло на международную арену зачастую получает значительные преимущества перед своими конкурентами при дальнейшем развитии. Зачастую сильная отечественная компания уступает меньшему игроку, который преуспевает на глобальном уровне и растет благодаря синергии.

Еще одной перспективой новых рынков является снижение затрат. При создании иностранного филиала или строительства завода в другой стране существует возможность снижения издержек производства и логистики. Например, компания может сократить расходы, переместившись ближе к поставщику, к рынку более дешевой рабочей силы или источнику материалов (это стало основной причиной перемещения многочисленных промышленных компаний в последние десятилетия, которые перенесли свое производство в Китай, Марокко, Вьетнам, Малайзию и другие страны для продолжения развития).

²² Бабкина А.В. и Байков Е.А. Стратегическое планирование развития диверсифицированных компаний в условиях нестабильности: понятие, сущность, особенности // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2016. № 4(246). С. 123—134.

²³ Васютченко И.Н. Стратегические направления диверсификации экспорта России в условиях импортозамещения // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия «Экономика». 2016. № 4. С. 65—72.

²⁴ Тараканов С.И. Стратегия и тактика выхода компании на внешние рынки // Молодой ученый. 2016. № 26. С. 388—390.

Увеличение объема производства, благодаря экспорту, может позволить компании воспользоваться преимуществами эффекта масштаба, что приведет к снижению себестоимости единицы продукции. Например, производя большой объем товаров и, следовательно, требуя большего объема ресурсов, у компании расширятся возможности ведения переговоров для получения более выгодных цен от своих поставщиков.

Более того, международная экспансия позволяет предприятиям диверсифицировать свои риски и бизнес. Во-первых, фирмы распределяют риск замедления спроса по нескольким странам. Если один рынок никогда не приобретет или не потеряет интерес к продукции, компания может компенсировать неудачу при успехе в других странах. Во-вторых, фирма может диверсифицировать ряд своей продукции за счет новых производственных и потребительских возможностей. Например, компания Xiaomi, один из самых популярных производителей смартфонов в Китае, стремится увеличить свое присутствие в Индии. В дополнение к мобильным устройствам компания планирует предлагать самобалансирующиеся самокаты, складные электрические велосипеды, ленты для фитнеса и другую продукцию. Это позволит ей охватить более широкую аудиторию и диверсифицировать свою деятельность.

Ведение бизнеса на международном уровне может открыть новые инвестиционные возможности. Компании, рассматривающие возможность международной экспансии, не должны забывать о дополнительных инвестиционных возможностях, которые предлагают иностранные рынки, например, многие правительства во всем мире предлагают программы по развитию регионов или определенных отраслей.

Также компании стремятся расширить рынок за пределы национальной границы из-за внутреннего спроса. Одной из причин является насыщенность рынка определенным товаром, существование множества компаний, предлагающих данный товар или его заменители. Другой причиной является медленный рост самого рынка. Более того, если спрос на домашнем рынке падает, предлагая товар за границей можно продлить его жизненный цикл или пустить его на новый виток развития. Например, многие производители мобильных телефонов продолжают продавать устаревшие модели в странах с менее искушенным потребителем. Как правило, это государства с меньшим доходом на душу населения и менее развитыми экономиками. «Устаревший» товар можно продавать на зарубежном рынке дешевле, так как основная часть затрат компании, связанная с его разработкой и развитием, уже покрыта.

Более того, интернационализация означает подчинение правилам международных рынков, что способствует повышению эффективности и поддержанию технико-экономического уровня производства под воздействием международной конкуренции, т.к. фирме придется не только конкурировать с компаниями в собственной стране, но и соответствовать международным стандартам и требованиям. Это заставляет компанию стремиться к улучшению своей работы, внедрять инновации в процедуры управления, производства и прочего. Работа на международных рынках также дает доступ к большему и более диверсифицированному кадровому резерву. Сотрудники, которые говорят на разных языках и понимают разные культуры, расширяют связи с более широкой клиентской базой.

В добавление ко всем вышеперечисленным причинам интернационализации приходит осознание компаний того, что в современном мире глобализации нельзя работать лишь на внутреннем рынке. Возможность успешно конкурировать внутри страны будет зависеть от способности фирм соответствовать требованиям многонациональных компаний, с которыми им придется сталкиваться на своих внутренних рынках. При выходе на мировую арену предприятие получает колоссальный опыт, а также улучшает свои ресурсы и компетенции, что впоследствии будет весьма полезно при отстаивании своей позиции у себя в стране перед транснациональными компаниями. Ни один рынок не защищен от вторжения многонациональных компаний. Единственный выбор компании – выход на глобальный уровень, даже если ее основной интерес заключается в защите внутреннего покрытия.

При выходе на международные рынки предприятие может наладить собственные каналы сбыта или воспользоваться поддержкой национальных и иностранных сбытовых агентов, а также посреднических фирм. Более того есть возможность воспользоваться услугами профессиональных агентств по поддержке экспорта. В России широкий спектр финансовых и нефинансовых мер отечественным компаниям предоставляет государственный институт поддержки несырьевого неэнергетического экспорта – «Российский экспортный центр» (РЭЦ)²⁵, в который интегрированы Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (АО «ЭКСПАР») и АО РОСЭКСИМБАНК. В основные функции данной организации входят: оказание поддержки в рамках единого института поддержки экспорта, в т.ч. оказание финансовой (страховой, кредитной, гарантийной и иной) поддержки экспорта, предоставление нефинансовой поддержки экспортерам и экспортно-ориентированным предприятиям (поиск партнеров, акселератор для экспортеров, инвестиционное консультирование в рамках поддержки экспорта и др.); развитие агентской функции Правительства Российской Федерации в части основных государственных мер поддержки экспорта, в т.ч. в качестве агента Правительства Российской Федерации по предоставлению субсидий и участию в исполнении отдельных государственных функций и оказании государственных услуг; координация со стороны Центра федерального проекта «Системные меры развития международной кооперации и экспорта», участие в совершенствовании и оптимизации нормативно-правовой базы, снятие административных барьеров и развитие экспортной среды.²⁶

На основании изложенного материала можно сделать вывод, что в стратегии развития компаний новые рынки играют ключевую роль. Интернационализация предлагает множество возможностей для увеличения прибыли, снижения издержек, улучшения технологического уровня и прочего, а полученный опыт работы за границей дает преимущество в работе на внутреннем рынке.

Список литературы

1. Бабкина А.В. и Байков Е.А. Стратегическое планирование развития диверсифицированных компаний в условиях нестабильности: понятие, сущность, особенности // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2016. № 4(246). С. 123—134.
2. Васютченко И.Н. Стратегические направления диверсификации экспорта России в условиях импортозамещения // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия «Экономика». 2016. № 4. С. 65—72.
3. Тараканов С.И. Стратегия и тактика выхода компании на внешние рынки // Молодой ученый. 2016. № 26. С. 388—390.
4. Российский экспортный центр. Официальный сайт: // <https://www.exportcenter.ru/>.

УДК 658.8:347.7

АУДИТ ДОГОВОРНОЙ РАБОТЫ КАК ФАКТОР РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ

Пигунова Ольга Владимировна
Pigunova Olga Vladimirovna

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, Гомель

Аннотация: Рассмотрены направления аналитической работы по форматированию договорной работы организации торговли, обеспечивающее минимизацию рисков в данной бизнес-процессе и выгоду сделок

²⁵ Российский экспортный центр // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения: 18.03.2019)

²⁶ Три основные (системные) функции РЭЦ. Российский экспортный центр // [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения: 18.03.2019)

Abstract: Considered areas of analytical work on the formatting of the contract work of the organization of trade, ensuring the minimization of risks in this business process and the profitability of transactions

Ключевые слова: договорная работа, аудит, коммерческая деятельность

Keywords: contract work, audit, commercial activity

Коммерческая деятельность организаций торговли подвержена большим рискам в условиях турбулентности рынков. Основа коммерции в торговле – это выгодные партнерские отношения с поставщиками оптовых партий товаров. По - нашему мнению, договорные отношения, по аналогии с биологическим организмом, можно назвать «кровеносной системой» коммерции. А сам процесс управления договорной работой – стратегическим бизнес-процессом. Ввиду важности данного бизнес-процесса, осуществляют данную работу грамотные специалисты, имеющие современные знания, умения и опыт в области аналитики оптовых процессов купли-продажи. Поэтому сами специалисты коммерции с их базами данных, знаний и опыта составляют одну из базовых компетенций организации торговли и соответственно должны получать соответствующее вознаграждение, скоррелированное с выгодностью сделки для участвующих сторон и являющейся основой долговременных партнерских отношений.

Партнерские отношения имеют особое значение в коммерческой деятельности. Позволим себе, имея опыт более 20 лет работы с аналитикой в области договорной работы, определить содержание данного понятия, выделив самые важные составляющие данных отношений между партнерами.

Ввиду этого, понятно, что анализ договорной приобретает особое значение не только для обеспечения конкурентоспособности организации, но ее имиджа на рынке, то есть – репутации (рис.1).

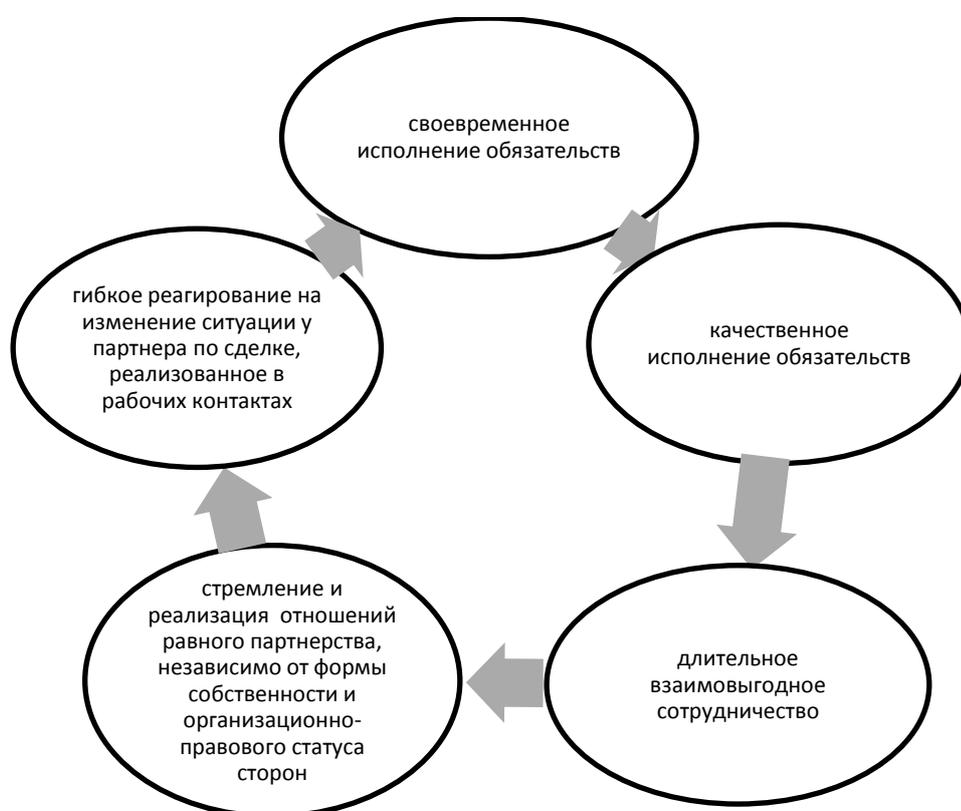


Рисунок 1. Элементы партнерских отношений между сторонами в договорных отношениях по поводу купли-продажи оптовых партий товаров

Примечание-Источник: составлено автором.

Для того, чтобы специалисты были хорошо мотивированы и заинтересованы в эффективности данного базового бизнес-процесса им необходимо управлять, в том числе и на основе использования внутреннего и внешнего аудита, как формы контроля и эффективного инструмента управления коммерческими бизнес-процессами оптовых закупок и розничных продаж.

Основная цель аудиторской проверки хозяйственных договоров — подтверждение законности и экономической целесообразности совершаемых организацией сделок по договорам для подтверждения обоснованности их отражения в бухгалтерском учете и бухгалтерской (финансовой) отчетности. Действительно в практике аудита Российской Федерации выделяется особый сегмент аудита, направленный на оценку экономической целесообразности заключаемых сделок и их соответствия законодательству в части использования всех открытых законодательством возможностей для формирования эффективной сделки, основанной на коммерческих выгодах, связанных с оптимизацией затрат и доходов при продвижении товарного потока к оптовому и розничному покупателям. В Беларуси также необходимо развивать данную аналитическую область деятельности как на внешнем, так и на внутреннем уровнях аудита.

Таким образом, можно представить схематично отдельные сегменты аудита договорной работы, направленной на закупки и продажи оптовых партий потребительских товаров в системе коммерческой деятельности организации торговли (рис. 2).



Рисунок 2 Элементы системы аудита договорной работы по оптовым закупкам товаров и их реализацией в торговой организации

*Примечание-*Источник: составлено автором.

Представим в таблице основные вопросы, которые должны анализироваться и контролироваться торговой организацией с позиции затрат на движения товарного потока от

поставщика к покупателю. В качестве основного вида договора будем рассматривать договор поставки, как наиболее распространенный в практике коммерческой деятельности организаций торговли. Все другие договора, кроме договора комиссии, можно рассматривать также разновидностями договора купли-продажи.

Можно назвать указанные вопросы основной части коммерческих договоров своего рода маркерами профессиональной работы специалистов коммерческой службы, а накопленный в этой сфере опыт может служить основой для формирования базы знаний в данной области коммерческой деятельности, которая заслуженно попадает в область конфиденциальной и стратегически важной информации.

Таблица 1. Вопросы содержания основной части договора поставки, которые являются объектом аналитики коммерсанта с позиции оптимизации затрат на движение товарного потока от поставщика к покупателю

Наименование вопроса	Возможная редакция анализируемых и контролируемых вопросов содержания договора	Аналитические инструменты и подходы к оптимизации расходов и доходов
Порядок расчетов за поставляемый товар	Определяет суммы процентов банковского кредита или потерянной выгоды от наличия денежных сумм на счете организации – оборотного капитала	Расчет эффективности коммерческой сделки
Порядок поставки	<i>транспортом:</i> -поставщика (централизованная доставка силами и средствами поставщика по заранее согласованным графикам и маршрутам -покупателя <i>срок поставки:</i> Определяет риски как затоваривания, так и отсутствия товаров в продаже -	Расчет затрат на содержание сверхнормативных товарных запасов и замедления тварооборачиваемости и упущенной выгоды от снижения продаж
распределение расходов по доставке товаров	Поставка на условиях: - ФСО - ФСН - с равным распределением расходов (50/50) - иное распределение расходов	Расчет увеличения транспортных расходов в связи с оплатой на условиях ФСО и доставкой собственным транспортом без возмещения расходов
ответственность сторон за неисполнение, несвоевременное или некачественное исполнение обязательств	Ответственность поставщика: за не поставку, недопоставку, за поставку ассортимента товаров, не предусмотренного договором за поставку товаров в не согласованные сроки, с нарушением установленного графика и др. за поставку товаров, не соответствующего качества или без документов, удостоверяющих качество Ответственность покупателя (получателя): за нарушение сроков оплаты за несвоевременный возврат многооборотной тыры за простой автомобиля при разгрузке и др.	Расчет прочих текущих доходов и расходов организации торговли и пути их минимизации

Примечание-Источник: составлено автором.

Для наглядности представим основные «вопросы-маркеры» для оценки затратности коммерческой сделки при заключении договоров на поставку товаров в объекты организации розничной торговли (рис.3).

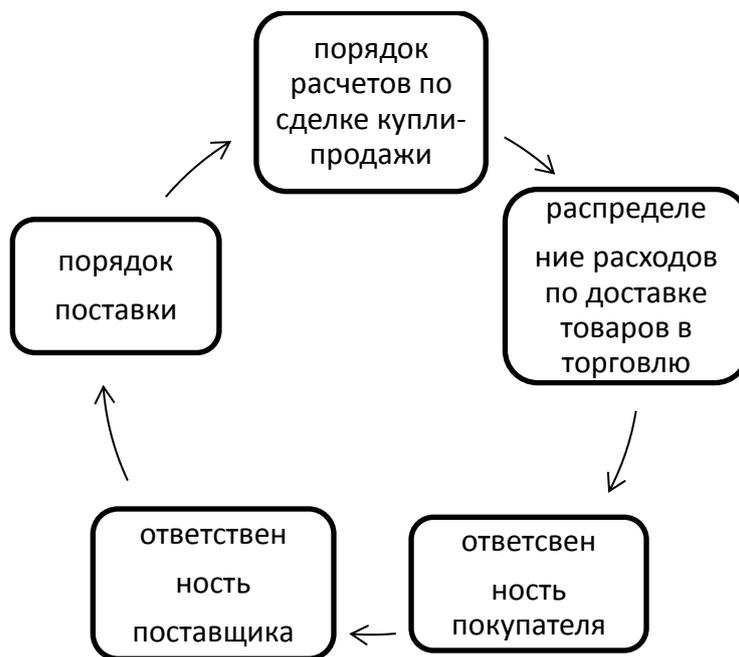


Рисунок 3 «Вопросы-маркеры» для оценки затрат и доходов от сделки по поставке товаров в торговлю

Автор не рассматривает вопросы содержания договора на поставку товаров, связанные с продвижением товаров в розничной торговле, так как в отношении поставки продовольственных товаров отечественных товаропроизводителей, в соответствии с действующим законодательством, данные вопросы должны быть прописаны в дополнительном к основному договору поставки, то есть в договоре возмездного оказания сторонами услуг.

Так, в законе о государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: закон Республики Беларусь установлены требования к заключению и исполнению договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, между субъектом торговли и поставщиком продовольственных товаров. В частности, не допускается установление сторонами в договорах, предусматривающих поставки продовольственных товаров, обязательства субъекта торговли, осуществляющего розничную торговлю посредством организации торговой сети или крупного магазина, ... оказывать поставщику продовольственных товаров услуги по рекламированию продовольственных товаров, маркетингу и другие подобные услуги, направленные на продвижение этих товаров [1]. При этом, при заключении сторонами договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, понуждение контрагента к заключению договоров возмездного оказания услуг, иных гражданско-правовых договоров, направленных на продвижение этих товаров, не допускается. Эти и другие особенности законодательства, безусловно оказывают существенное влияние на результативность договорных отношений и являются критериями при проведении аналитической работы договорных отношений между организациями торговли и поставщиками товаров.

Таким образом, наработка подобной практики аналитической работы позволяет:

- Разработать алгоритм аналитики договоров до их заключения ;
- Осуществлять оценку результативности и выгоды сделки не только с чисто экономической точки зрения, но и с позиции – формирования партнерских, долговременных отношений;

- Формировать базы данных о стратегически важных коммерческих отношениях с поставщиками и выделять стратегических партнеров с целью укрепления взаимовыгодных отношений;

- Укреплять имидж организации со стороны ее высоких компетенций в области одного из ведущих бизнес-процессов в торговле – договорных отношениях по поставкам товаров и услуг;

- Разрабатывать стандарты бизнес-процесса заключения коммерческих договоров по поставкам товаров и обеспечивать, тем самым, результативный процесс обучения вновь принимаемых молодых специалистов.

Не претендуя на полноту изложения данного вопроса, автор надеется на практическую значимость данного подхода и понимает необходимость его конкретизации и «доведения» до уровня прикладной формализации с учетом специфики деятельности на рынке, конкретного субъекта хозяйствования.

Список литературы

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: закон Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-3

УДК 65.011

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ MODERN APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Попел Алексей Евгеньевич
Popel Alexey Evgenevich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: popel_a_e@mail.ru)

Аннотация: В статье рассмотрены особенности управления инновационной деятельностью промышленных предприятий, подчеркивается необходимость выработки прогрессивных подходов к управлению инновационной деятельностью промышленного предприятия.

Abstract: The article discusses the features of the management of innovative activities of industrial enterprises, emphasizes the need to develop progressive approaches to the management of innovative activities of industrial enterprises.

Ключевые слова: инновации, инновационная политика, промышленное предприятие, управление инновационной деятельностью.

Keywords: innovation, innovation policy, industrial enterprise, management of innovative activity.

Одной из важнейших задач, поставленной Президентом Российской Федерации, является изменение структуры экономики для быстрого её подъема. Для решения этой задачи необходимы эффективные методы управления. Улучшению экономической ситуации в стране способствует реформирование промышленных предприятий. В настоящее время растет потребность у менеджеров в использовании современных методов, принципов, а также квалифицированных специалистов для принятия эффективных управленческих решений. Эффективное управление на промышленных предприятиях должно основываться

на взаимодействии таких элементов как технологическое оборудование, производственная, инновационная и организационно-управленческая деятельности.

В настоящее время, как никогда раньше, так остро не стояла необходимость в инновациях. Жизненный цикл продуктов становятся всё короче, последующие продукты сильно превосходят предыдущие почти по всем параметрам. Те промышленные предприятия, которые не уделяют инновациям достойного внимания, не могут рассчитывать на достойное будущее. Проблема заключается в том, что создать выигрышный продукт не просто. Около 46% инновационных начинаний, на которые предприятия тратят существенные ресурсы – на создание концепции, разработку и запуск инновационных продуктов не приводят к успеху, оказываются непринятыми рынком или чаще всего не доходят до него [1]. Особые свойства инновационной деятельности обязывают осуществлять ее организацию в отдельности от процессов основного производства. Инновационной деятельности необходимо сформировать отдельный инновационный бюджет, осуществлять особое управление. Следует обеспечивать организационную гибкость инновационного предприятия. Специалисты и исследователи в отдельных фирмах с легкостью перемещаются из проекта в проект, обеспечивая тем самым сокращение или расширение масштаба работ.

Успешность внедрения инноваций в производственный процесс во многом зависит от понимания роли и значения инновационной деятельности. Усиление важности технологических факторов в выборе стратегии развития промышленного предприятия находят отражение в соответствующем качественном преобразовании организационных структур управления. При этом особое значение приобретает оценка взаимозависимости изменения данных структур и конкретного типа инновационной стратегии, избираемого промышленным предприятием. Результаты оценки необходимы для решения задач эффективного управления инновационной деятельностью на всех этапах жизненного цикла нововведений в рамках принятой стратегии. Анализ динамических процессов, происходящих во внутренней и внешней среде предприятия при условии достаточно стабильной ситуации в экономике в целом позволяет выявить взаимосвязь между организационными и продуктово-технологическими изменениями с учетом целей, интенсивности и масштабов последних.

Кроме этого организационно-управленческие изменения, обеспечивающие новые качества организационных структур управления инновационной деятельностью, как правило, влекут за собой расширение сферы их компетенции и в итоге повышение уровня инновационности организации как в сравнении с прежним уровнем, так и в сравнении с конкурентами.

Основной причиной начала инновационного развития промышленного предприятия является факт устаревания техники, технологий. Молниеносно изменяющийся мир ставит перед производством новые задачи, требования к новшествам, направленным на повышение конкурентоспособности и качества выпускаемой продукции. Все это возможно осуществить только через инновации.

Основная и очень важная проблема на сегодняшний день состоит в невосприимчивости бизнеса к инновациям, отсутствии заинтересованности в развитии инновационной деятельности компаний. Это приводит к тому, что сектор, где генерируются знания, и созданная инновационная инфраструктура практически не используются в интересах развития собственного производства [2].

Удельный вес предприятий, которые не имеют новых продуктов и инновационных технологий и существенных расходов на НИОКР составляет около 42%. Мало также предприятий, которые ориентируют новые инновационные продукты и технологии на общемировой уровень - около 3%.

Процесс формирования системы управления инновациями на предприятии сопровождается направлением усилий на определенных технологических процессах, которые выбраны в соответствии со стратегическими направлениями развития, учитывая техническую и маркетинговую инновационной деятельности предприятия. В данном случае цель состоит в построении системы управления инновациями в качестве управляющей

подсистемы, направленной на преобразования разного рода информации в концептуальные основы нововведений, реализуемые впоследствии подразделениями НИОКР. При условии наличия четко определенной концепции нововведения существуют возможности к совершенствованию системы управления предприятия в целом [4].

Одним из прогрессивных новых подходов к управлению инновационной деятельностью промышленного предприятия является стратегический маркетинговый подход, который предполагает, что процессы разработки и освоения новой продукции в рамках процесса диверсификации, тесно связаны с управлением производственными затратами.

При использовании маркетингового подхода можно выделить следующие критерии эффективности управления организацией [5]:

- повышение качества производимых товаров в соответствии с запросами потребителей;

- снижение ресурсоемкости производства и экономия средств потребителей при одновременном повышении качества товарной продукции за счет внедрения различных инноваций и совершенствования системы менеджмента.

Сущность стратегического плана маркетинга предприятия состоит в решении следующих задач [3]:

- определение основных направлений деятельности предприятия;

- более глубокая проработка структуры маркетинговых исследований, планирования продукции, ее продвижения на рынок и, как завершающий этап,

- ценообразования;

- постановка каждому структурному подразделению на предприятии четких целей, которые увязываются с общими задачами предприятия;

- побуждение предприятия к оцениванию своих сильных и слабых сторон с позиций анализа конкурентов, возможностей и угроз в окружающей среде;

- определение альтернативных действий или их комбинаций, которые должна предпринять организация;

- создание основы для рационального распределения ресурсов.

Другим методом управления инновационным развитием промышленного предприятия является построение «Карты перспективных возможностей», которая представляет собой оценку перспективности различных вариантов возможностей, проектов и технологий предприятия. Данная карта опирается на фактические данные ежегодных планов, включающих информацию о развитии, внедрении или сворачивании конкретных инновационных направлений.

«Карта перспективных возможностей» представляет собой описание направлений инновационной деятельности, которые разрабатываются с позиции воздействия, которое оказывают на них внешние группы давления и воспринимают конечные потребители. Для этого, прежде всего, необходимо наличие материальных и нематериальных внутренних резервов, позволяющих промышленному предприятию совершенствовать процесс управления существующими инновационными продуктами, а также эффективно поддерживать инновационное развитие отдельных направлений инновационной деятельности.

Эффективными методиками построения карты являются оценка и выбор направлений деятельности предприятия с использованием SWOT-анализа, предполагающего разложение на сектора угроз, возможностей, сильных и слабых сторон и их оценку применительно развитию инновационных процессов, а также оценивать варианты внутренних изменений под воздействием внешней для организации среды для привлечения инвестиций в инновации.

При осуществлении инноваций необходимо ориентировать свой взгляд не на продукт, а на рынок, а именно на удовлетворение потребностей конкретного лица. Ориентирование на продукт характерно для деятельности большинства разработчиков и исследователей. Идея

нового продукта базируется на накопленном опыте работы и логике осуществления исследований. Совершенствование продуктов или создание новых, основанных на собственных стремлениях разработчиков, без опоры на требования рынка, ведет проект к провалу. Как объекту управления инновациям требуется обеспечение определенными ресурсами. Необходимо наличие конструкторских, проектных, маркетинговых, научных, технологических и других подразделений, для того, чтобы разработать и вывести на рынок новый продукт. Запросы современного рынка, направленные на качество и представление нового продукта, достаточно высоки и осуществимы только с помощью использования разнообразных знаний [3].

Инновациям требуется необходимо обеспечение, которое делят на технологическое, информационное, кадровое и финансовое. Информационное обеспечение можно рассматривать как сложный процесс. Во-первых, существует необходимость в максимально полной информации о состоянии в определенных сферах деятельности. Во-вторых, - необходимо как можно сильнее сократить объем информации по разработкам внутри собственного предприятия. Для информационного обеспечения инноваций предприятию нужно создать отдел специалистов, который, изучая продукцию конкурентов, смог бы обеспечивать руководство информацией о качестве продукции конкурентов, модернизации собственной продукции и предполагаемых издержках. Технологическое обеспечение инноваций включает в себя определенную техническую базу для осуществления процессов конструирования, создания опытных образцов и налаживания технологий. Но, что касается опыта реформ в России, опыт технического обеспечения инновационного процесса оставляет желать лучшего. Максимально большой урон нанесли в процессе устранения научно-производственных объединений, обладавших необходимой для создания инноваций технической базой. Существующее положение требует осуществления кардинальных действий по возрождению и увеличению степени конкурентоспособности отечественного инновационного продукта в мире.

В заключении статьи следует отметить, что критически важным вопросом инновационной деятельности является проблема ее организации, управления нововведениями. Анализируя практику некоторых предприятий можно сделать вывод, что качество управления имеет большое значение. Опыт руководителя, его навыки и знания, квалификация менеджеров являются важным фактором, который обеспечивает эффективность инновационного процесса. Внедрение новшества на предприятии является болезненным процессом, который направлен на изменение сложившейся организации работ, привычных методов труда, положения сотрудников. Поэтому планируемые руководством перемены нередко наталкиваются на противодействие. Для снижения уровня сопротивления персонала необходимо создать внутри организации особую адаптивную культуру, позволяющую осуществлять перемены.

Список литературы

1. Анасова М. Р., Кучер С., Лифанова Р. Ф. Основы экономики предприятия / Под ред. М. С. Мовина. 2-е изд. М.: Экономика, 2014. 236 с.
2. Бушмелева Г.В., Батов А.А. Методика оценки результативности промышленных корпораций на основе показателей управленческого учета // Реальный сектор экономики: теория и практика управления. – Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 2005. – №1-2.
3. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Разработка управленческого решения. Прогнозирование-планирование. Теория проектирования экспериментов. М.: Финансы и статистика, 2012. 340 с.
4. *Инновационный менеджмент: Учебник для Вузов/ С. Д. Ильенкова, Л.М. Гохберг, С.Ю. Ягудин, В.И. Кузнецов, А.В. Бандурин, Н.Д. Ильенкова, В.С. Пудич, С.А. Смирнов; Под ред. С.Д. Ильенковой.* – М.: Банки и биржи, «ЮНИТИ», 2012. 236 с.
5. *Завалин П.Н.* Инновации - современный подход к управлению производством. - К.: МАУП, 2013. 235 с.
6. *Лысоченко А.А., Свиридов О.Ю.* Теоретические основы стратегического управления: Учебник / А.А. Лысоченко, О.Ю. Свиридов. - Ростов н/Д.: Содействие–XXI век, 2016. 420 с.

**УКРУПНЕНИЕ ВУЗОВ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСНЫХ
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ПРОЕКТОВ**
**THE CONSOLIDATION OF UNIVERSITIES AS AN OPPORTUNITY OF REALIZATION
OF COMPLEX INTERDISCIPLINARY PROJECTS**

Тимохин Владимир Владимирович
Timokhin Vladimir Vladimirovich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: bbt74@bk.ru)

Аннотация: Прошедшее десятилетие ознаменовалось в отечественном образовании укрупнением вузов путем слияния более мелких учебных заведений в более крупные. В результате этого процесса образовались учебные заведения, реализующие учебные программы различных, порой далеких друг от друга профилей, что открывает широкие перспективы для реализации на базе одного вуза комплексных образовательных, научно-исследовательских, научно-практических и производственных проектов.

Abstract: The past decade was marked in the domestic education by the consolidation of universities by merging smaller educational institutions into larger ones. As a result of this process, educational institutions were formed, implementing educational programs of different, sometimes distant from each other profiles, which opens up broad prospects for the implementation of complex educational, research, scientific, practical and production projects on the basis of one University.

Ключевые слова: высшее образование, междисциплинарные проекты.

Keywords: higher education, interdisciplinary projects.

Прошедшее десятилетие ознаменовалось в отечественном образовании укрупнением вузов путем слияния более мелких учебных заведений в более крупные. В результате этого процесса образовались учебные заведения, реализующие учебные программы различных, порой далеких друг от друга профилей, что открывает широкие перспективы для реализации на базе одного вуза комплексных образовательных, научно-исследовательских, научно-практических и производственных проектов.

Подобные проекты позволяют одновременно решать сразу несколько задач:

1. Образовательные: решение студентами конкретных научных и практических задач в рамках образовательного процесса с получением ими опыта взаимодействия в междисциплинарных коллективах.

2. Имиджевые: Результаты такой работы могут выставляться на конкурсы и выставки, а сама междисциплинарная их основа привлечет к вузу дополнительное внимание.

3. Научные: Междисциплинарность исследований является в настоящий момент ведущим трендом в науке.

4. Коммерческая: В рамках таких комплексных проектов могут быть реализованы стартапы, в том числе производственные, охватывающие всю цепочку от маркетингового исследования до организации производства и сбыта.

Основным достоинством реализации таких комплексных междисциплинарных проектов в рамках одного вуза является то, что на начальных этапах она не требует дополнительных финансовых и временных затрат, выходящих за рамки текущего обеспечения учебного процесса.

В качестве примера реализации такого комплексного междисциплинарного проекта можно привести разработку программного комплекса для проведения учебных исследований в области психологии, инициированную автором в Технологическом

университете города Королева. В рамках данного проекта, сотрудниками и студентами кафедры прикладной психологии были разработаны лабораторные работы по дисциплине «Общепсихологический практикум», реализация которых была возможна с помощью компьютерной техники, имеющей сенсорные экраны (смартфоны, планшеты) и составлено техническое задание для создания соответствующего программного обеспечения. Сотрудниками и студентами кафедры информационных технологий было написано программное обеспечение. Вся работа проводилась в постоянном взаимодействии студентов различных направлений, что позволило студентам-психологам получить опыт создания психологических методик и взаимодействия с техническими специалистами, а студентам-программистам научиться работать с заказчиками-гуманитариями, создавать программное обеспечение [1; 2].

К сожалению, данный проект не был реализован до конца, так как на этапе, требующем финансирования, оно не было выделено вузом, хотя потенциальный продукт имел коммерческие перспективы в силу его уникальности на рынке (возможность проведения лабораторных занятий на смартфонах и планшетах студентов без использования специальной аппаратуры и даже компьютерных классов, учёт и оценка работы студентов). Тем не менее, бета-версия данного программного обеспечения существует и используется для проведения учебных занятий автором.

Данный пример показывает перспективность таких междисциплинарных исследований.

Переходя к реалиям РГУ им А.Н. Косыгина, стоит отметить, что подобного рода комплексные междисциплинарные проекты могут быть реализованы сразу по нескольким направлениям. Например, в рамках основной специфики нашего вуза (текстильная промышленность), может быть разработаны проекты создания линий одежды, включающие все этапы: маркетинговые, культурологические и исторические исследования, создание дизайна, экономические расчеты, разработка технологии производства, рекламная поддержка. Это, в перспективе, позволит, как уже было сказано выше, одновременно решить целый комплекс задач, от чисто образовательных до коммерческих, не затратив на начальном этапе дополнительных средств, выходящих за рамки обычного обеспечения учебного процесса.

Таким образом, университетская мультидисциплинарная среда позволяет реализовывать проекты, невозможные ранее в более мелких, специализированных вузах.

Список литературы

1. Разработка программного комплекса для проведения учебных исследований в области психологии: отчет о НИР (заключ.) / А.Ю. Щиканов, Н.И. Басманова, В.В. Тимохин, Ю.В. Морозюк, С.С. Костыря, Ю.С. Блинова, Д.В. Ластовенко// Технологический университет.-Королёв, 2015. – 28 с

2. Тимохин В.В., Блинова Ю.С., Щиканов А.Ю. Перспективы использования устройств с сенсорными экранами (тачскрин) в образовательном процессе. // Инновационные технологии в современном образовании сборник трудов по материалам III Международной научно-практической интернет-конференции. 2016. С. 680-684.

**ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ
ПОЛИТИКИ В РФ И КНР
FEATURES OF THE STATE INNOVATION POLICY
IN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE PRC**

**Титов Владимир Николаевич
Titov Vladimir Nikolaevich**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: yashiknash@list.ru)*

Аннотация: Рассмотрены основные составляющие инновационной политики государства и на этой основе проведен сравнительный анализ подходов к реализации инновационной политики в РФ и КНР.

Abstract: The main components of the innovation policy of the state are considered and on this basis a comparative analysis of approaches to the implementation of innovation policy in the Russian Federation and the PRC is carried out.

Ключевые слова: инновационная политика, политические инструменты, институциональные факторы.

Keywords: innovation policy, policy tools, institutional factors.

Россия и Китай предприняли в свое время попытку трансформировать свои экономические системы таким образом, чтобы максимально соответствовать модели рыночной экономики. Обе страны стали с начала XXI в. играть постоянно возрастающую роль в мировой экономической системе.

В связи с этим представляется чрезвычайно важным сравнение научной, технологической и инновационной политики, реализуемой в России и КНР. Россия и Китай были двумя наиболее крупными экономиками, включенными в рейтинг «Блумберг» 30 наиболее инновационных стран в 2014 г., где Россия занимала 18 позицию, а Китай 25 [4].

Для двух стран характерно активное участие государства в разработке и реализации стратегии инновационного развития своих экономик. Если общая стратегия двух стран представляется во многом схожей – создание современной и конкурентоспособной на мировом рынке инновационной экономики, то приоритеты, механизмы и инструменты политики могут различаться. Следует подчеркнуть, что и в документах международных организаций, а также и в работах ученых политика в области исследований и разработок и политика в сфере науки и технологий чаще всего понимаются как тесно взаимосвязанные явления. В общем под политикой понимается некие базовые принципы, которые определяют решения, связанные с достижением желательных результатов. Политика государства в инновационной сфере может быть рассмотрена по следующим блокам: инструменты, цели, институты реализация.

В научной литературе предлагаются различные подходы к выделению тех или иных инструментов государственной инновационной политики [1,2]. В последнее время сформировался консенсус, согласно которому инструменты инновационной политики следует классифицировать по трем составляющим: инструменты спроса, инструменты, связанные с окружающей средой и инструменты, связанные с предложением.

Цели инновационной политики могут быть рассмотрены по таким направлениям, как цели генерирование инноваций, цели распространения инноваций и цели внедрения инноваций.

Другой важнейшей составляющей инновационной политики является механизм реализации, который может быть рассмотрен по следующим ключевым элементам: участие

различных государственных ведомств в подготовке и реализации политики и степень принуждения к выполнению государственных решений.

Далее будут приведены основные результаты сравнительного исследования особенностей инновационной политики в РФ и КНР в течение периода 1990-2014 гг. [3]. Методология исследования основывалась на сборе и анализе статистических данных - официальные документы, подготовленные государственными органами власти по вопросам формирования национальной модели инновационной экономики в двух странах.

Переменные, характеризующие инновационную политику, относятся к трем измерениям: политические инструменты, политические цели и задачи, реализация политики (табл.1)

Таблица 1. Переменные инновационной политики

	Тип	Название
Политические инструменты	Спрос	Государственные закупки
		Сотрудничество между промышленностью, высшими учебными заведениями и научно-исследовательскими институтами
		Международное сотрудничество
	Предложение	Поддержка малого и среднего бизнеса
		Налоговые льготы и субсидии
		Финансовая поддержка
		Человеческие ресурсы
	Окружающая среда	Административная поддержка
		Инфраструктурная поддержка
		Информационная поддержка
		Усилия по защите прав интеллектуальной собственности
		Установление стандартов
		Налоговый режим
Цели политики	Генерирование инноваций	Научно-технологическое развитие
	Распространение инноваций	Технологические трансформации
		Экспорт технологий
	Заимствование инноваций	Технологические заимствования
		Импорт инновационных технологий
Реализация политики	Институциональные характеристики	Законодательная система
		Система исполнительной власти
		Министерства
		Ведомства и агентства
		Взаимодействие между различными органами власти
	Характеристики политики	Степень принуждения к соблюдению законов

Результаты сравнительного исследования особенностей инновационной политики в РФ и КНР на основе выделенных трех измерений позволяют сделать определенные выводы.

1. Политические инструменты.

Китай и Россия значительно различаются по используемым инструментам инновационной политики: поддержка инфраструктуры, налоговые льготы, административная поддержка и сотрудничество между высокотехнологичными отраслями и высшими учебными заведениями.

Россия более активно использует меры со стороны предложения: поддержка инфраструктуры, малого бизнеса. С другой стороны, Китай гораздо активнее использует

инструменты административной и финансовой поддержки, а также уделяет более пристальное внимание вопросам сотрудничества между высокотехнологичными отраслями, высшими учебными заведениями и научно-исследовательскими институтами. Российское государство более склонно к внедрению инструментов политики фискальной поддержки и поддержки средних, малых и микрофирм; тогда как Китай проявлял больший интерес к международному сотрудничеству и государственным закупкам.

2. Цели инновационной политики

Государство в Китае в отличие от России в большей степени ориентировано на цели, связанные с импортом высоких технологий. Кроме того, Китай также представляется более ориентированным на коммерциализацию военных технологий, чем Россия, трансформируя военные технологии для коммерческого использования. В то же время у России, в силу значительного ранее накопленного научно-технологического потенциала, наличия сильных научных школ больше шансов развивать политику по самостоятельной разработке и продвижению новых технологий, чем у Китая. Россия и Китай существенно не различались в стратегических целях развития науки и техники и экспорта новейших технологий.

3. Реализация инновационной политики

Исполнительные и законодательные органы государственной власти в КНР, если судить по количеству официальных документов, посвященных различным аспектам инновационного развития экономики, уделяют сравнительно меньшее внимание по сравнению с Россией вопросам инновационной политики. В РФ государственные органы власти подготовили к реализации почти в 13 раз больше различных законодательно-нормативных актов, посвященных инновационной политике, чем в Китае. В то же время Китай опережает РФ по такой важной составляющей реализации инновационной политики, как координация межведомственной работы и взаимодействия между различными уровнями государственной власти в сфере реализации инновационной политики.

Таким образом, результаты статистического анализа по трем измерениям инновационной политики позволяют сделать ряд выводов относительно сходства и различия между странами в разработке и реализации своей политики.

Сходство между РФ и КНР прежде всего обнаруживается в том, что в обеих странах акцент при использовании инструментов инновационной политики делается на окружающей среде и инструментах со стороны предложения. В обеих странах фискальная поддержка и субсидии активно используются в качестве политических инструментов. Китай и Россия в равной степени уделяют большое внимание вопросам научно-технического развития для решения задач инновационного развития.

В то же время следует говорить и о определенных различиях между странами в сфере государственной инновационной политики.

Так в РФ государство стремится более активно использовать инструменты финансовой поддержки и субсидии, чем в Китае. В РФ более 30% инструментов политики предназначались для финансовой поддержки и субсидий, тогда как в Китае этот показатель составлял 18%. В РФ сравнительно большее внимание уделяется поддержке инфраструктуры, в то время как Китай стремится более активно прибегать к мерам административного и налогового стимулирования.

Россия и Китай различаются по параметру реализации политики. Степень влияния государственной власти в России выше, чем в Китае. В России было разработано и принято гораздо больше законов, регулирующих сферу инновационного развития, чем в Китае.

В отличие от России Китай стремится реализовывать свою инновационную политику не столько путем увеличения количества законодательно-нормативных актов, сколько посредством усиления координации между различными ведомствами и уровнями государственной власти. Кроме того, государство Китая уделяет сравнительно большее внимание вопросам имплементации уже имеющихся законов. Так и в КНР было подготовлено 109 законодательно-нормативных актов, совместно разработанных двумя или более организациями, в то время как в России было разработано на совместной основе

только шесть актов. В результате Китай сумел сформировать более скоординированную систему по согласованию законодательной и административной работы между различными ветвями и органами управления при разработке и реализации единой политики в сфере инновационного развития экономики.

Китай в большей мере ориентирован на международное сотрудничество и государственные закупки в целях развития своей инновационной экономики, предпринимая активные усилия в сфере импорта современных технологий. Кроме того, государство в КНР уделяет более пристальное внимание коммерциализации военных технологий.

Список литературы

1. Borrás, Susana, Charles Edquist, 2013. The choice of innovation policy instruments. *Technological Forecasting & Social Change* 80(8): 1513-1522;
2. Elder, Jakob, 2013. Review of Policy Measures to Stimulate Private Demand for Innovation: Concepts and Effects. Nesta Working Paper No.13/13.19.
3. Fan Li, Peijie Wang. STI Policy in Russia and China – Mapping and comparisons in instruments, objectives and implementation // *Economics Working Paper No. 1501*. March 2015
4. Bloomberg, 2014. Most Innovative in the World 2014: Countries. Bloomberg, New York. (<http://www.bloomberg.com/slideshow/2014-01-22/30-most-innovative-countries.html>)

УДК 339.138:303.1

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ НА ОСНОВЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ DEVELOPING OF COMPANY MARKETING STRATEGY BASED ON THE SOCIOLOGICAL DIAGNOSTICS OF TARGET AUDIENCE

Тихонова Елена Викторовна
Tikhonova Elena V.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: evt16@yandex.ru)

Аннотация. На основе сравнительного анализа социологических и маркетинговых подходов к изучению рынка обосновывается необходимость применения методов социологической диагностики характеристик целевой аудитории на предварительном этапе разработки маркетинговой стратегии фирмы.

Abstract. Based on comparative analysis of sociological and marketing approaches to market research, this study justifies the necessity to employ the methods of sociological diagnostics of target audience characteristics at the preliminary stage of company marketing strategy development.

Ключевые слова: информационное пространство, конкуренция, маркетинговая стратегия, массовый маркетинг, сегментирование, социологическая диагностика, целевая аудитория

Keywords: information space, competition, marketing strategy, mass marketing, self-presentation, segmentation, sociological diagnostics, target audience

Маркетинговая стратегия представляет собой долгосрочный план действий по достижению глобальных целей фирмы и одновременно важнейший инструмент реализации единой маркетинговой политики в условиях современного рынка. Каждый субъект рыночных отношений, независимо от размеров своего бизнеса, стремится получить максимальную прибыль и занять возможно большую часть рыночного сегмента. Современные реалии таковы, что количество компаний на различных рынках постоянно

растет, увеличивается разнообразие товаров и услуг, а потребитель выдвигает новые требования к соотношению «цена – качество» и становится все более придирчивым. В жесткой конкурентной борьбе производители и продавцы товаров и услуг вынуждены максимально разнообразить, постоянно совершенствовать и модернизировать маркетинговые предложения, отстаивая свою нишу на рынке. Основные надежды на победу возлагаются на маркетинговую стратегию, обеспечивающую привлечение внимания потенциального потребителя товара или услуги.

Классический подход к формированию маркетинговой стратегии выделяет пять базовых рыночных сил, учет которых необходим для ее построения: внутриотраслевая конкуренция, угроза со стороны потенциальных конкурентов, наличие продукто-заменителей, рыночная сила поставщиков и потребителей [1]. Эффективная маркетинговая стратегия должна строиться на качественном и глубоком изучении конкурентной ситуации, прогнозах ее динамики и расчете возможностей фирмы по обеспечению устойчивого положения в соответствующем рыночном сегменте. Однако далеко не всегда результат усилий маркетологов соответствует поставленной цели и затраченным усилиям, в том числе и финансовым. Основные причины такой ситуации кроются в преувеличении роли маркетинга и одновременно умалении важности социальных взаимодействий субъектов рыночных отношений, подменяя их простыми экономическими контактами производителя и приобретателя товара или услуги.

Независимо от отраслевой принадлежности бизнеса и его размера, суть маркетинговых стратегий составляет комплекс действий, направленных на внешнюю продажу товаров и услуг. При этом специфика продаваемого продукта не имеет для маркетологов значения. Например, с позиции маркетинга образование понимается как средство привлечения и максимального сохранения клиентов [2]. Маркетинговый подход к сфере здравоохранения исходит из принципа максимального количества продаж за минимальное время и регламентирует временные затраты на общение приобретателя услуги (пациента) и ее производителя (врача), независимо от сложности консультации и необходимости глубины диагностики. При таком подходе социальные функции здравоохранения и образования не рассматриваются и даже мешают построению маркетинговой стратегии. Но проблема заключается в том, что маркетинговый подход к образованию и здравоохранению как продаваемой услуге не означает изменение основной социальной функции этих элементов общественной системы – сохранения и передачи научных знаний, развития культурной основы социума и обеспечения здоровья нации. Социальный характер взаимодействия субъектов рынка вступает в противоречие с попытками экономического регулирования этих взаимодействий исключительно маркетинговыми (экономическими) методами.

Основной задачей современного маркетинга является привлечение наибольшего количества покупателей «здесь и сейчас». Серьезный анализ необходимости конкретного товара или услуги и их влияния на качество жизни покупателя не входит в сферу маркетинговых задач. Более того, негативные последствия реализации продвигаемого продукта расширяют рыночные возможности производителя, создают дополнительные возможности получения прибыли. Известным примером выступает пропаганда фаст-фуда, употребление которого вредно для здоровья, но одновременно сформировало целый сегмент на рынке услуг - диетологов, специалистов по снижению веса, психологов-консультантов, фитнес-индустрии и т.п.

Расширение информационного пространства, возможность сравнения различных, часто диаметрально противоположных, точек зрения, получение практически неограниченной возможности удовлетворения потребительских запросов меняет характер рынка. «У современного потребителя происходит переоценка ценностей – осознанное потребление и ответственный образ жизни набирает обороты. Данные характеристики относятся как к заботе о собственном благополучии – здоровый образ жизни, баланс личной жизни и работы, активное времяпровождение, так и к заботе об окружающей среде и рациональном, осознанном потреблении» [3]. Тем самым потребление приобретает

социальную направленность, что отражается и на маркетинговой политике фирм, самопрезентация которых все больше акцентируется на социальной миссии компании и заботе об интересах социума. Соответственно озвучивается мнение о «пограничном положении» маркетинга между социальными и экономическими науками и его преимуществах. В научной литературе появляется утверждение, что «маркетинговое исследование выступает разновидностью эмпирических социологических исследований с присущими им методами сбора информационных данных и технологиями организации исследования»[4]. В качестве основных социологических методов, применяемых в маркетинговых исследованиях, называются фокус-группы и телефонные опросы. Другими словами, по утверждению определенной части маркетологов современный маркетинг вполне может обеспечить «коммуникативную самодостаточность» экономической подсистемы, не контактируя со специалистами в области социальных наук. Однако эту позицию следует признать весьма спорной.

Во-первых, интересы маркетологов сосредоточены на ограниченном пространстве взаимодействий продавца и покупателя, а предметом социологического изучения выступает структура и динамика экономической подсистемы всего общества, потребности которого в производстве и распределении материальных и духовных продуктов данная подсистема удовлетворяет. Задачей социологической науки в сфере рыночных отношений является диагностика и анализ сбалансированности экономической и социальной сфер общества. Интересам всего общества отвечает не формирование, а устранение коммуникативной самодостаточности и самоизоляции общественных подсистем. Отсутствие социально-экономической сбалансированности провоцирует риск нарушения всей социальной структуры, что может привести к серьезным проблемам, а в самом худшем случае к системному кризису.

Во-вторых, центральным элементом маркетинговых стратегий выступает продвигаемый продукт. Целью эмпирических маркетинговых исследований является изучение финансовых возможностей потенциального покупателя, а его социальные характеристики закладываются в основу манипуляторных рекламных и PR-акций, направленных на оптимизацию продажной деятельности фирмы. Под целевой аудиторией при таком подходе понимается объект маркетингового воздействия. В эмпирической социологии целевая аудитория формируется на основе комплекса социальных характеристик, в которых финансовые возможности объекта исследования играют далеко не первую роль. Социологическая диагностика целевой аудитории позволяет получить значительный объем социальной информации, не относящейся непосредственно к экономическому поведению, но определяющей его в латентной форме. Знание потребностей, интересов, образа жизни представителей целевой аудитории позволяет установить с ней неформальный контакт и повысить уровень доверия к фирме. А продвигаемый продукт не навязывается, а встраивается в картину мира потребителя как ее важный и в значительной степени неотъемлемый элемент.

В-третьих, нарастающая интенсивность коммуникативных взаимодействий и постоянное расширение информационных возможностей в современном обществе запустило процесс, который можно назвать «стихийным сегментированием» социального пространства. Этим термином автор статьи обозначает самопроизвольное объединение людей в пространстве коммуникаций на основе разделяемых систем ценностей, интересов, жизненных ориентиров. Основной средой существования таких объединений является пространство интернет, общение в котором не затрудняется социально-демографическими, статусными, географическими и иными барьерами, характеристики которых традиционно выступают основой сегментирования объекта в маркетинговых исследованиях. Устойчивость объединений (сегментов) поддерживается единством жизненных позиций и взглядов, которые реализуются на практике в схожих моделях поведения, в том числе и потребительского. Традиционный массовый маркетинг (один универсальный товар для всех) в работе с такими группами не достигает цели, а эксклюзивные направленные маркетинговые воздействия могут не оправдать финансовых затрат на их разработку. Выявить социальную основу таких стихийных образований и предоставить маркетологам соответствующие данные может только эмпирическая социология.

Таким образом, социальный характер взаимодействий продавца и покупателя определяет необходимость применения социологических методов сбора и анализа социальной информации на протяжении всего процесса формирования маркетинговой стратегии – от постановки цели до ее практической реализации и оценки результатов.

При этом диагностические возможности социологических исследований также не следует переоценивать. Решать существующие проблемы помогут комплексные исследования, имеющие единую цель и применяющие социологические и маркетинговые методы разработки и реализации маркетинговой стратегии фирмы. Социолог может провести анализ первичных данных, обосновать намечающиеся тенденции и дать рекомендации по использованию полученной информации. Применение этих данных на практике, в работе с целевой аудиторией – непосредственная задача маркетологов, обобщающих результаты социологического анализа, формулирующих принципы дальнейшего развития фирмы, которые дают ей возможность наиболее рационально действовать в настоящей или прогнозируемой ситуации. Итоговая маркетинговая стратегия должна опираться на социологическую диагностику, задачи для которой формулируются маркетологами. Маркетинговый анализ полученной социологической информации позволяет выявить проблемные зоны в продвижении продукта и продумать методы и способы их устранения. Важно, чтобы комплексные социологические и маркетинговые методы формирования маркетинговой стратегии применялись в режиме мониторинга, поскольку только такая организация сбора и анализа информации позволяет замерять динамику потребностей целевой аудитории и своевременно корректировать положение фирмы в соответствующем рыночном сегменте.

Список литературы

1. *Портер М.* Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер. с англ.- М.: Альпина Паблишер, 2019, 454 с.
2. *Донина И.А.* Образовательный маркетинг – современный этап маркетинга взаимоотношений// *Фундаментальные исследования.* 2013. № 4-1. С. 158-161.
3. Зарождающиеся тенденции розничной торговли: смена приоритетов и рациональное потребление//https://newretail.ru/marketing/zarozdayushchiesya_tendentsii_rozничной_torgovli_smena_prioritetov_i_ratsionalnoe_potreblenie2527/
4. Маркетинговые и социологические исследования//https://spravochnik.ru/sociologiya/sociologicheskie_issledovaniya/marketingovye_i_sociologicheskie_issledovaniya/

УДК 677.074

ПЕРСПЕКТИВЫ КОРПОРАТИВНОЙ ОТЧЕТНОСТИ: ТАКСОНОМИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ FUTURE OF CORPORATE REPORTING: TAXONOMY AS A TOOL FOR IMPLEMENTATION OF CONCEPTS FOR SUSTAINABLE FINANCING

**Чипуренко Елена Викторовна, Симонихина Юлия Константиновна,
Марукян Луара Эдуардовна
Chipurenko Elena Victorovna, Simonikhina Julia Konstantinovna,
Marukyan Luara Eduardovna**

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы – РАНХиГС при
Президенте РФ, Россия, Москва
Russian Academy of national economy and public administration – RANEPA, Russia, Moscow
(e-mail: sp-au@yandex.ru; jackfrost8166@gmail.com; luara1997@mail.ru)*

Аннотация: Рассмотрены тема необходимости устойчивого финансирования и методов его достижения с использованием инструмента цифрового обмена информацией – таксономией и XBRL формата. Описаны преимущества и дальнейшие перспективы XBRL отчетности.

Abstract: The necessity of sustainable financing and methods of its achieving, using XBRL

format and taxonomy – digital tool of information exchange, were researched. The benefits and future prospects of XBRL reporting were introduced.

Ключевые слова: таксономия, XBRL формат, устойчивое финансирование, корпоративная отчетность

Keywords: taxonomy, XBRL format, sustainable financing, corporate reporting

Одной из самых больших проблем XXI века, по мнению Организации объединенных наций (ООН — далее по тексту), является достижение устойчивого роста мировой экономики, и решение этой задачи требует задействовать весь потенциал финансовой системы, которая является двигателем перехода к устойчивому развитию²⁷.

Глобальная задача создания устойчивой финансовой среды охватывает спектр участников финансового рынка, в числе которых центральное место отводится бизнесу.

В соответствии с базовыми положениями документов Генеральной Ассамблеи ООН от 25.09.2015 г «Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» социально ответственное поведение бизнеса предполагает решение двух взаимосвязанных вопросов:

— выбор методов «устойчивого финансирования» деятельности, обеспечивающих поддержку экономического роста и смягчение рисков посредством соответствующего управления.

— обеспечение социально ответственного инвестирования, результатом которого будет одновременная максимизация финансового результата организации и социальной пользы.

Публичная корпоративная отчетность должна не только отражать результаты этих двух взаимосвязанных процессов, но и постоянно информировать широкий круг заинтересованных лиц о перманентном состоянии этих процессов в деятельности организации. Таким образом, именно корпоративная отчетность становится основным источником информации для анализа результатов в решении глобальной задачи достижения целей устойчивого развития. В этом случае возникает необходимость использования «единого финансового языка» — общемирового формата представления корпоративной отчетности.

Первый этап создания единого формата представления данных финансовой отчетности связан с успешным распространением единых правил формирования данных — международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).

Следующий этап предполагает переход к единому по всему миру электронному формату представления корпоративной отчетности. В настоящий момент этот процесс связан с внедрением универсального языка деловой отчетности, который предназначен для публикации, обмена, анализа и сравнения финансовых данных — XBRL (англ. eXtensible Business Reporting Language).

В России компаниям и некредитным финансовым организациям приходится представлять статистическую отчетность, а также отчетность, составленную по МСФО и РПБУ, а эмитентам — отчетность эмитента. В результате, система отчетности в России является абсолютно неоднородной. Возникает проблема больших объемов пересекающейся, избыточной и противоречивой информации в различных форматах из-за значительного количества обязательной отчетности.

Помимо дублирования информации также актуальна проблема трудоемкости процесса сбора, агрегации и обработки данных. Распределенный процесс сбора отчетности

²⁷ UN Environment – World Bank Group Roadmap for a Sustainable Financial System — Roadmap for a Sustainable Financial System //2017/ 11. http://unepinquiry.org/wp-content/uploads/2017/11/Roadmap_for_a_Sustainable_Financial_System.pdf)

вызывает проблемы с процессом внесения изменений в существующие формы и усложняет создание новых.

Совет по МСФО (IASB — International Accounting Standards Board), предложивший миру единые международные стандарты отчетности, разрабатывает таксономию МСФО (IFRS Taxonomy) — единые глобальные правила систематизации и представления в электронном виде показателей финансовой отчетности в формате XBRL.

Основная цель таксономии - обеспечить возможность обработки финансовых отчетов компьютерной программой, чтобы облегчить процесс анализа этой отчетности для инвесторов. Таксономия является инструментом цифрового обмена финансовой информацией между составителями отчетности и инвесторами, которые не просто получают постоянный доступ к финансовой отчетности, но и возможность быстрого и эффективного поиска нужных показателей для анализа с помощью специальных кодов (тегов), которые используются для маркировки данных при переводе в электронный формат.

Общая таксономия формирует платформу, содержащую данные об отдельных активах, что упрощает их оценку. Таким образом регулятор (Центральный Банк в России) или инвестор может узнать все о каждом активе, оценить риски и разобраться в возможностях применения. XBRL существенно влияет также на работу аудитора, позволяя автоматизировать ряд проверок.

При адаптации формата XBRL в определенной стране Регулятор:

— определяет таксономию, на основании которой будет создаваться XBRL отчетность;

— включает в данную таксономию локальные корректировки (исключает из таксономии информацию о неприменяемых на территории страны стандартов);

— создает таксономию XBRL, актуальную для данной страны.

Разработка единого формата отчетности XBRL до 2005 года проводилась в формате небольших пилотных проектов Американским институтом присяжных бухгалтеров (AICPA – American Institute of Certified Public Accountants) в сотрудничестве с Советом по МСФО.

Анализ результатов использования XBRL формата, проведенный в 2008²⁸, выявил значительные проблемы — почти 70% электронных документов содержали ошибки. Однако этот факт был оправдан несовершенством технических систем, формирующих отчеты (Electronic Data Gathering, Analysis and Retrieval System, EDGAR). EDGAR был разработан в сотрудничестве ассоциации XBRL International, Inc и Комиссии по ценным бумагам и биржам США. Согласно дальнейшим отчетам – система была доработана и количество ошибок по завершении программы добровольной сдачи отчетности в формате XBRL снизилось до 6%.²⁹

После проведения данной программы в 2005-2009 годах аналогичные проекты были запущены в странах по всему миру.

К середине 2013 года 47 стран входили в международную ассоциацию XBRL International, Inc³⁰:

²⁸ Boritz, J.E., No, W.G. SEC's XBRL Voluntary Program on EDGAR: The Case for Quality Assurance [Электронный ресурс] / J.E. Boritz, W.G. No // University of Waterloo. – 2008. – 19 p. URL: <http://accounting.uwaterloo.ca/uwcisa/resources/XBRL->

²⁹ Boritz, J.E., Timoshenko L., What did we learn from the SEC's voluntary XBRL filing program: a critical review of the research [Электронный ресурс] / J.E. Boritz, L. Timoshenko // UWCISA, University of Waterloo. – 2012. – 23 p. URL: http://archive.xbrl.org/24th/sites/24thconference.xbrl.org/files/ACDM5-BoritzPresentation_Review_Abu_Dhabi.pdf

³⁰ Кашкин, И.В. XBRL — новый формат представления отчетности [Электронный ресурс] / И.Кашкин // Актуальная бухгалтерия. – 2013. - №7. URL: http://gaap.ru/articles/XBRL_novyy_format_predstavleniya_otchetnosti/

XBRL обязателен к применению и не требует аудиторского подтверждения в таких странах как: Австралия, Бразилия, Канада, Франция, Германия, Италия, Япония, Саудовская Аравия, Великобритания, США, Испания и ряд других стран;

XBRL обязателен к применению и требует аудиторского подтверждения отчетов в таких странах как: КНР, Индия, Дания, Нидерланды;

Стандарт XBRL в разработке или в режиме добровольного применения: Аргентина, Мексика, Российская Федерация, ЮАР, Гонконг, Малайзия, Румыния, Таиланд, Тайвань, Швеция, Швейцария.

Начиная с 2015 года процесс внедрения начался и в России: после утверждения Правительством РФ Плана мероприятий по Развитию электронного взаимодействия, согласно которому Банк России обязали до 2020 года внедрить использование формата XBRL.

Важность внедрения в России формата XBRL неоспорима – это необходимое условие для успешного взаимодействия на мировом финансовом рынке.

Банк России обозначает следующие преимущества внедрения XBRL:³¹

- достоверные данные, подготовленные на основе МСФО;
- автоматизация процесса сбора данных, снижение количества дублированной информации, пересчету показателей, снижение сроков подготовки отчетности на 15%;
- возможность сбора данных в едином формате от подразделений с различными учетными системами;
- высокое качество данных за счет снижения числа ошибок в отчетности;
- международная сопоставимость отчетности;
- XBRL позволяет автоматически проводить большинство базовых процедур внутреннего аудита;
- повышение прозрачности отчетных данных и скорости обмена информацией;
- возможность реализации углубленной аналитики и принятия взвешенных инвестиционных решений;
- единый детализированный план счетов для всех участников финансового рынка;
- единый понятийный аппарат для всего финансового рынка.

Кроме того, формат XBRL на основе единства подхода позволяет крупным организациям привлекать сторонних специалистов, интегрировать учет и отчетность и производить автоматическую проверку последней.

XBRL полезен и для обмена финансовой информацией внутри самой компании. Все отчетности в формате XBRL размещаются на сайте регулятора (ЦБ – в России, Комиссия по ценным бумагам и биржам – в США), что обеспечивает удобный доступ к информации для заинтересованных лиц. Кроме того, отчетность сама по себе не требует перевода на иностранные языки.

Важным результатом использования системы учета, включающей использование формата XBRL, является полная интеграция учета и отчетности: отчетность формируется полностью автоматически со всем необходимым набором метаданных. Она преобразуется из сухого статического текста, представленного в напечатанном виде в ежегодном отчете на корпоративном веб-сайте, в интерактивную информацию.

Важно отметить, что такие интерактивные данные во многом помогают финансовым руководителям отчитывающейся компании, аналитикам и другим внешним пользователям отчетности.³² Кроме того, у многих аналитиков существует обоснованное мнение, что

³¹ Швецов С.А., Гончарова О.А. Электронный формат представления отчетных данных XBRL (eXtensible Business Reporting Language, расширяемый язык деловой отчетности) [Электронный ресурс] / С.А. Швецов, О.А. Гончарова // Центральный Банк Российской Федерации. 13.10.2015 г. URL: http://www.cbr.ru/finmarkets/files/projects/xbrl/presentation_131015.pdf

³² Каспин Л.Е., Возможности использования XBRL при формировании интегрированной отчетности / Л.Е. Каспин // Инновационное развитие экономики. - №1(13). - 2016.

каковы бы не были первичные расходы на внедрение XBRL, они быстро окупятся за счет преимуществ, появившихся в компаниях. Компании - лидеры рынка должны использовать возможности и потенциальные выгоды от внедрения XBRL уже сейчас, на ранних этапах преобразования финансовой информации в цифровой формат.

10 июня 2015 года Совет директоров ассоциации XBRL International, Inc одобрил вступление Банка России в XII в качестве специального члена («юрисдикции»).

29 июня 2017 года Совет директоров Банка России одобрил создание постоянной юрисдикции XBRL.

Директива Европейского Парламента и Совета Европейского союза «Об организации и осуществлении деятельности страховых и перестраховочных организаций (Solvency II)» (далее – Директива Solvency II) является нормативным актом Европейского союза и устанавливает всеобъемлющие требования к процессам регулирования деятельности страховщиков и страховых групп.

Директива Solvency II представляет собой концепцию риск-ориентированного подхода к осуществлению регулирования и надзора за деятельностью страховщиков и страховых групп Европейского союза.

Банк России полагает, что внедрение принципов Solvency II в процесс осуществления регулирования и надзора за деятельностью страховщиков и страховых групп в Российской Федерации является комплексной задачей, решение которой предполагает разработку плана внедрения и поэтапную его реализацию. Результаты этой работы позволят значительным образом улучшить качество данных, которые впоследствии потребуются для расчетов показателей в соответствии с Solvency II, и создадут благоприятные предпосылки для сближения норм регулирования страхового рынка Российской Федерации с нормами регулирования стран Европейского союза.

Однако споры по поводу эффективности этого проекта продолжают до сих пор. Можно утверждать, что лишь в некоторых случаях анализ XBRL-отчетности более удобен для инвестора (например, если нужно быстро проанализировать много компаний или быстро сравнить между собой две произвольные компании), и это подтверждается исследованиями.

Список литературы

1. UN Environment – World Bank Group Roadmap for a Sustainable Financial System — Roadmap for a Sustainable Financial System //2017/ 11. http://unepinquiry.org/wp-content/uploads/2017/11/Roadmap_for_a_Sustainable_Financial_System.pdf);

2. Boritz, J.E., No, W.G. SEC's XBRL Voluntary Program on EDGAR: The Case for Quality Assurance [Электронный ресурс] / J.E. Boritz, W.G. No // University of Waterloo. – 2008. – 19 p. URL: <http://accounting.uwaterloo.ca/uwcisa/resources/XBRL>;

3. Boritz, J.E., Timoshenko L., What did we learn from the SEC's voluntary XBRL filing program: a critical review of the research [Электронный ресурс] / J.E. Boritz, L. Timoshenko // UWCISA, University of Waterloo. – 2012. – 23 p. URL: http://archive.xbrl.org/24th/sites/24thconference.xbrl.org/files/ACDM5-BoritzPresentation_Review_Abu_Dhabi.pdf;

4. Кашкин, И.В. XBRL — новый формат представления отчетности [Электронный ресурс] / И.Кашкин // Актуальная бухгалтерия. – 2013. - №7. URL: http://gaap.ru/articles/XBRL_novyy_format_predstavleniya_otchetnosti/;

5. Швецов С.А., Гончарова О.А. Электронный формат представления отчетных данных XBRL (eXtensible Business Reporting Language, расширяемый язык деловой отчетности) [Электронный ресурс] / С.А. Швецов, О.А. Гончарова // Центральный Банк Российской Федерации. 13.10.2015 г. URL: http://www.cbr.ru/finmarkets/files/projects/xbrl/presentation_131015.pdf;

6. Каспин Л.Е. Возможности использования XBRL при формировании интегрированной отчетности / Л.Е. Каспин // Инновационное развитие экономики. - №1(13). - 2016.

**СТОРИТЕЛЛИНГ ДЛЯ БРЕНДА. И ПОЧЕМУ БИЗНЕС-АНГЕЛЫ БЕЗ ИСТОРИИ
НЕ МОГУТ БЫТЬ УСПЕШНЫМИ
STORYTELLING FOR BRAND. AND WHY BUSINESS ANGELS WITHOUT HISTORY
CAN'T BE SUCCESSFUL**

**Чугунов Александр Евгеньевич
Chugunov Alexander Evgenevich**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: chugunov@archinfo.ru)*

Аннотация: Рассмотрены вопросы, связанные с историей развития сторителлинга как инструмента развития корпоративного бренда. Выделены основные способы продвижения продукции компании с использованием приемов сторителлинга, а также условия применения этого инструмента маркетинга.

Abstract: The issues related to the history of development of storytelling as a tool for the development of a corporate brand are considered. The main ways to promote the company's products using the techniques of storytelling, as well as the conditions for using this marketing tool are highlighted.

Ключевые слова: маркетинг, продвижение, бренд, корпоративные ценности
Keywords: marketing, promotion, brand, corporate values

Начнем с истории. В 90-х жил-был руководитель компании Armstrong International Дэвид Армстронг. И искал он идеальный способ внедрения корпоративных ценностей своим сотрудникам. Можно было поступить, как любая другая компания: прописать все в инструкции и руководстве. Например, "мы ценим клиентов" — так же написано у всех. А как их "ценить"? Писать сообщения с текстом "мы вас очень сильно любим" или дарить шоколадки при каждой встрече? На одном из семинаров по менеджменту Дэвид услышал популярную в то время теорию: «MBWA, или управление во время прогулки по округе». Эта идея вдохновила Армстронга и в скором времени появилась его собственная теория, ставшая успешной практикой: "MBSA" — Managing by Storying Around. Выяснилось, что реальные (или похожие на реальные) истории отлично подходят, чтобы донести то, что невозможно вложить ни в одно руководство. Истории о том, как сотрудники компании вели себя в критических ситуациях, справлялись с трудностями, находили необычных клиентов, Армстронг собирал лично и вскоре напечатал сборник "Руководство по работе". А в 1992 году на свет появилась книга «MBSA: Managing by Storying Around», в которой впервые прозвучал термин «сторителлинг».

Основные способы продвижения посредством сторителлинга

Сторителлинг (или умение рассказывать истории) — это такая вещь, о которой все говорят, но никто не знает что с ней делать. А именно — как применить для продвижения компании.

Как-то раз один английский профессор провёл такой эксперимент: дал десяти своим ученикам задание подготовить речь на одну минуту и потом прочитать её перед аудиторией. 9 из 10 студентов за основу в своей речи взяли факты, цифры, статистику, доказательства и порой — правда — интересные данные. 1 из 10 рассказал аудитории историю, посвященную своей теме. После этого профессор попросил у аудитории вспомнить содержание речей выступающих. И вот удивительно — факты и цифры вспомнили порядка 20% слушавших, но историю смогли воспроизвести почти 80%.

Истории лучше запоминаются — мы к ним привыкли с детства. Сказки рассказывали нам, чтобы мы выросли хорошими и добрыми людьми. Согласитесь, если бы нам в детстве

сказали, что 70% успешных людей пьют на ночь молоко, нас бы это вряд ли заставило выпить на ночь это молоко. А вот история о том, как симпатичный нам герой каждый день пил молоко, уже действует совершенно по-другому. Сила истории в том, что мы примеряем её сюжет на себя. Мы хотим походить на персонажей. Быть сильными, смелыми, успешными, красивыми. А самое главное — истории лучше запоминаются. Как же применить истории для продвижения бизнеса?

1. История возникновения компании

Это, наверное, самый широко распространённый способ рассказать свою бизнес-историю. Чем более она тяжёлая, чем больше у главного героя (предпринимателя, основателя) было проблем, чем с более глубокого дна он поднялся, тем лучше. Все мы знаем истории создания Facebook и империи Ричарда Брэнсона, истории Apple и ИКЕА. Ваша компания начиналась с самых низов и уже добилась успеха? Тогда вперёд, расскажите свою историю — у многих деловых СМИ есть специальный раздел с историями успеха. Конечно, разместите историю на своём сайте.

2. Бренд-легенда

В мире брендинга ярким примером стала американская компания High Brew Coffee, производитель холодного кофе в банках. Создатели бренда Дэвид и Элизабет Смит в коротком видео на сайте рассказали историю о том, как им пришла в голову мысль варить и продавать кофе в холодном виде в банках по 237 миллилитров. Семья Смит отправилась в путешествие по Карибскому морю на яхте, взяв с собой детей школьного возраста. Они не хотели отказываться от кофе, но пить его в жару было невозможно. Поэтому супруги пристрастились к холодному кофе. Так появилась идея создания нового бренда — холодного кофе со вкусами карамели, мексиканской ванили, шоколада и других.

История простая и поэтому очень близкая целевой аудитории бренда — семьям, путешествующим по Америке в жаркое время года. Выезжая из города на своем транспорте, они могут загрузить банки с кофе в переносной холодильник и по дороге наслаждаться бодрящим и при этом холодным напитком.

3. История сотрудника

Это может быть что угодно. Реально. Просто если вы, например, у себя в блоге будете рассказывать о ваших сотрудниках, о том, как они живут, как попали в профессию или что-то ещё, то возникнет ощущение, что ваши читатели этих людей уже знают. Не компанию, а именно людей. Тогда к вашим сотрудникам будет легче прийти — мы же уже знакомы.

Истории сотрудников очень очеловечивают организацию, каким бы они целям не служили. Для B2B-компании или услуг, это поможет повысить доверие, после чего к вам захочется прийти за заказом. В крупной компании — даст представление потенциальным работникам о работе у вас, поможет стать компанией мечты.

Например. Телеканал «Дождь», когда запустил свой проект «Все разные, все равные» в поддержку трудоустройства людей с ограниченными возможностями, включил в серию роликов, в том числе, и записи историй своих собственных сотрудников.

Конечно, после таких историй отношение и к организации, и к самому феномену меняется. Когда большая проблема, поднятая «Дождём», обрела силу личных историй, это воспринимается совсем по-другому.

4. История появления продукта

Этим приёмом любят пользоваться в своей рекламе производители шоколада. Например, история появления нежной фиолетовой коровы в рекламе Milka или объяснение того, почему в пачке Twix две палочки — всё это истории появления продукта.

5. Благотворительная история

Очень сильно влияет на людей, когда какой-то профильный благотворительный фонд создал человек, сам прошедший через какую-то проблему или потерявший близких из-за этой проблемы. Он знает о проблеме не понаслышке, может объяснить почему на неё нужно обращать внимание, а самое главное — может понять тех людей, которые проходят через ту же проблему. Это может быть не основатель, а известная личность, примкнувшая к

проекту. Словом, когда человек рассказывает СВОЮ историю, это цепляет, заставляет верить и жертвовать, присоединяться к организации, помогать. Если вы — компания, которая постоянно спонсирует какую-то организацию, старайтесь выбрать ту, которая ближе всего вам или вашим сотрудникам. У того, почему вы выбрали именно этот благотворительный фонд для спонсирования, тоже должна быть своя история.

6. История об устоях компании

Когда в организацию приходит новый человек, ему обычно дают кучу разных бумаг — технику безопасности, памятку служащего, инструкции, политику конфиденциальности и прочее. Всё это читают далеко не все. Но вот специалисты организации придумали, как обучать новых сотрудников основным порядкам в компании: они рассказывают (или чаще запускают) истории о работающих или работавших в организации сотрудниках. Вот этот не соблюдал технику безопасности и сейчас инвалид, второй такой молодец, что проявлял активность на профессиональных конференциях, и теперь большой директор, а третий нарушил субординацию и был уволен. В такие истории больше верится, чем в какой-то непонятный свод бумаг.

7. История клиента

Рассказывайте истории о том, как клиент в помощью вашего продукта стал счастливее, успешнее, здоровее и вообще лучше. Особенно хорошо подобные истории срабатывают в блогах B2B-компаний и при продаже услуг. История клиента может быть представлена в формате отзыва на сайте («Мы открыли бизнес тогда-то, всё было плохо. Потом мы задумались о том-то, воспользовались сервисом X и получили такие-то результаты. Мы очень довольны!»), видеоролика о клиенте, истории о том, как клиент уникальным образом использовал ваш сервис (как это делает в своём блоге, например, мой любимый сервис заметок. Ну и, в общем, главное — посыл, а форма уже вторична. Истории есть у любого человека и бизнеса, главное уметь их профессионально рассказать. Если не умеете — наймите копирайтера, а лучше — человека, который отвечает за сценарии сюжетов на мультимедийных сервисах или опытного специалиста по PR. Именно они помогут рассказать вашу историю.

УДК 659.113.7: 339.372.2

ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА «РИВЬЕРА» ПОСРЕДСТВОМ КОММУНИКАЦИЙ IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE SHOPPING CENTER "RIVIERA" BY MEANS OF COMMUNICATION

**Шаркова Ирина Викторовна *, Дианина Елена Вадимовна **,
Sharkova Irina Viktorovna *, Dianina Elena Vadimovna ****

**Московский государственный лингвистический университет – МГЛУ, Россия, Москва*

** Moscow State linguistic University MGLU, Russia, Moscow
(e-mail: irina_sharkova@rambler.ru)*

*** Государственный университет управления – ГУУ, Россия, Москва*

*** State University of Management GUU, Russia, Moscow
(e-mail: elena-dianina@yandex.ru)*

Аннотация: В статье представлены результаты рекламной стратегии продвижения в социальных сетях с целью повышения эффективности торгового центра ТЦ «Ривьера», основанной на пирамиде рекламных целей. Выбранная коммуникационная стратегия доказала эффективность и способствовала выявлению проблемных зон в существующей коммуникации с потребителями.

Abstract: The article presents the results of the advertising strategy of promotion in social

networks in order to improve the efficiency of the shopping center "Riviera", based on a pyramid of advertising goals. The chosen communication strategy proved its efficiency and contributed to the identification of problem areas in the existing communication with consumers.

Ключевые слова: коммуникационная активность, коммуникативная эффективность, реклама, осведомленность, социальные сети, коммуникативной активности, коэффициент вовлеченности.

Keywords: communication activity, communicative efficiency, advertising, awareness, social networks, communicative activity, engagement rate.

В последние несколько лет в торговле прослеживается тенденция замещению розничных торговых предприятий на крупные торговые центры. Впервые торговые центры появились в конце 60-х – в начале 80-х годах в Америке, а в России на 30 лет позже. Но, как отмечает Токмачёва О. С., торговые центры в нашей стране развивались в несколько раз быстрее, чем в США и Европе [10].

По данным в Москве насчитывается около 100 торговых и торгово-развлекательных центров, что ведет к высокой конкуренции. Для того, чтобы обеспечить конкурентоспособность на рынке необходимо грамотно выстраивать коммуникации с потребителями. Согласно международным стандартам финансовой отчетности гудвилл компании представляет собой совокупность нематериальных активов, определяющихся приверженностью потребителей и дающих конкурентное преимущество в отрасли, а значит, возможность генерировать дополнительные доходы [4]. Таким образом, именно управление коммуникациями в компании обуславливает успешность и эффективность развития, что представляет собой тренд среди современных российских компаний. Именно повышение эффективности компаний посредством коммуникаций является актуальной тенденцией на российском рынке.

Эффективность технологии увеличения коммуникационной активности базируется на классической пирамиде рекламных целей, состоящей из следующих элементов: осведомленность, знание, расположение, предпочтение, убежденность и покупка. Согласно данной теории цели коммуникации должны в обязательном порядке претерпевать изменения для того, чтобы потребитель переместился из нижней точки «осведомленность» в верхние точки «убежденность» и «покупка». Важность построения эффективных коммуникации в данной статье рассматривается на примере торгово-развлекательного центра «Ривьера».

Торгово-развлекательный центр «Ривьера» был открыт в 2016 году, несмотря на то, что постройка его началась еще в 2008 году. При открытии потенциальная зона охвата представляла собой 17-18 тысяч человек в сутки. Несмотря на удачное расположение на третьем транспортном кольце, руководством ТЦ «Ривьера» была поставлена задача по увеличению количества посетителей до 30 тысяч в сутки. Для увеличения охвата и эффективности работы была выбрана стратегия повышения эффективности коммуникаций методами рекламы и связей с общественностью, для чего команда торгового центра обратилась в коммуникационное агентство «Амбрелла».

В связи с вышеизложенным, команда агентства с привлечением ученых и практиков рекламы и связей с общественностью составили коммуникационную программу, согласно которой коммуникационная активность торгового центра «Ривьера» велась по направлениям «Социальные сети», «Специальные события» и «Публикации в СМИ». Также был разработан контент-план, согласно которому в социальных сетях «Инстаграм», «Фейсбук», «ВКонтакте» на протяжении периода с февраля 2016 года по октябрь 2018 года каждый день размещались посты со следующими видами активности: рекламные посты, информирующие об акциях, распродажах, открытиях и событиях составляли 68,9% контента, информация о конкурсах, розыгрышах – 10,3 %, информация о праздниках – 15,1%, мотивирующие посты – 5,7%.

Наиболее характерными постами того периода были: «В Ривьере открылся салон оптики «Счастливый взгляд» [2]. Или «А вы уже нашли куртку своей мечты?» [1]. Такие

посты имели коэффициент вовлеченности в среднем $ER=0,17\%$. Для сравнения, у основных конкурентов «Ереван Плаза» и «Афимолл Сити» данный коэффициент составлял $ER=0,001\%$ и $ER=0,012\%$ соответственно. Под вовлечённостью понимается сумма взаимодействий подписчиков с публикациями. В свою очередь коэффициент вовлечённости ER (engagement rate) — это уровень вовлечённости аудитории, который вычисляется в процентном соотношении действий к охвату [11].

Следует отметить, что на данном этапе увеличение уровня осведомленности потребителей свидетельствует о том, что тактические действия в виде рекламных постов были выбраны абсолютно верно. Это подтверждают статистические данные прироста подписчиков в официальных группах: «ВКонтакте» на момент 20 февраля 2017 года со времени создания группы количество подписчиков увеличилось с 659 до 7379 подписчиков, в «Фейсбуке» с 281 до 3776, в «Инстаграме» с 187 до 4323, в «Твиттере» официальной страницы торгового центра не было.

Несмотря на определенные успехи в увеличении коммуникативной активности, было принято решение изменить тактические действия в пользу изменения соотношения рекламных постов самого торгового центра и постов с брендами, представляющими его. Благодаря этим действиям к 20 декабря 2017 года удалось повысить количество подписчиков с 7379 в феврале 2017 года до 10 871 в социальной сети «ВКонтакте», с 3776 до 6881 в «Фейсбуке» и с 4323 до 5648 в «Инстаграме». Наиболее характерными постами того периода были «День влюбленных прошел, но тема любви будет актуальна всегда. Захватывающий роман Кристиана Грея и Анастейши Стил уже давно стал трендом среди молодежи. Новая часть стала не менее обсуждаемой и интересной. Посмотреть новую картину Джейма Фоули можно в кинотеатре «Синема Парк», который находится на третьем этаже ТЦ «Ривьера» [5]. Или «Если нет планов на вечер, то семейный просмотр легендарного фильма может стать неплохим решением» [7]. Таким образом, трафик плавно увеличивался, что также подтверждалось и увеличением притока покупателей с изначальных 17-18 тысяч в сутки до 23 тысяч в сутки.

Но, тем не менее, несмотря на положительную динамику, согласно рекламной пирамиде тактические действия также менялись. Так, например, произошли изменения соотношения рекламных постов и постов с активностями в виде розыгрышей и конкурсов. Характерными постами в 2018 году стали: «Любовь бывает разной. Например, мы в Ривьере очень любим вас, наших гостей и поэтому подготовили специальный конкурс к 14 февраля» [8]; «До 2 мая расскажите в фото свою историю любви: автор самой интересной фотографии получит iPhone XR!» [6]. А также появился контент познавательного направления: «Вы из какого лагеря: любите экспериментировать с косметикой и пробовать новенькое или стабильно храните верность одним и тем же средствам? [3]. «Смотрим, как оно было 23 февраля. Гости «Ривьеры» самые классные. Спасибо вам» [9].

Количество подписчиков увеличилось до 19 998 в октябре 2018 года в социальной сети «ВКонтакте», до 8102 человек в «Фейсбуке» и до 16 100 подписчиков в «Инстаграме». Помимо прочего, была открыта официальная страница в «Твиттере» с количеством подписчиков на октябрь 2018 года 289 человек и страница в социальной сети «Одноклассники» с количеством подписчиков 15332. Итого суммарный охват торгового центра увеличился с 2,5 миллионов человек до 3,7 миллионов человек в течение 2 лет. Основные приемы и техники, которые использовались: таргетинговая реклама и продвижение постов в «Фейсбуке», постинг с брендированной картинкой и частью текста для возможности перехода по ссылке на сайт в социальной сети «ВКонтакте», а также таргетированная реклама, в «Инстаграме» применялись похожие приемы, как и в социальной сети «ВКонтакте».

Следует отметить, что в последнее время прирост подписчиков на официальных страницах торгового центра сократился. Данный факт объясняется однообразностью контента, публикуемого в неизменном виде на протяжении долгого времени и необходимостью смены тактических действий.

Также мы можем наблюдать однообразие конкурсов и активностей в различных социальных сетях. В то время как целевая аудитория в различных социальных сетях отличается. Технологии продвижения в социальной сети «Инстаграм» и социальной сети «ВКонтакте» не должны быть идентичны. На наш взгляд, данный факт сильно тормозит рост эффективности

торгового центра «Ривьера» и на сегодняшний день требует пересмотра тактический коммуникационных действий.

В целом же, коммуникационная стратегия торгового центра «Ривьера» показала свою жизнеспособность и эффективность. А также данная стратегия способствовала выявлению проблемных зон в существующей коммуникации с потребителями.

Список литературы

1. А Вы уже нашли куртку своей мечты? / Официальная страница ТЦ «Ривьера» в «Инстаграм» [Электронный ресурс] URL: https://www.instagram.com/riviera_moscow/ (дата обращения 25.04.2019).

2. В Ривьере открылся салон оптики «Счастливый взгляд» / Официальная страница ТЦ «Ривьера» в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] URL: <https://vk.com/rivieramoscow> (дата обращения 25.04.2019).

3. Вы из какого лагеря / Официальная страница ТЦ «Ривьера» в «Фейсбуке» [Электронный ресурс] URL: <https://www.facebook.com/rivieramoscow> (дата обращения 25.04.2019).

4. Гудвилл в МФСО (IFRS) 3 // [Электронный ресурс] URL: <https://bankir.ru/publikacii/20080925/gudvill-v-msfo-ifs-3-laquoobedineniya-biznesaraquo-1363156/> (дата обращения: 25.04.2019).

5. День влюбленных прошел / Официальная страница ТЦ «Ривьера» в «Фейсбуке» [Электронный ресурс] URL: <https://www.facebook.com/rivieramoscow> (дата обращения 25.04.2019).

6. До 2 мая расскажите в фото / Официальная страница ТЦ «Ривьера» в «Фейсбуке» [Электронный ресурс] URL: <https://www.facebook.com/rivieramoscow> (дата обращения 25.04.2019).

7. Любовь бывает разной / Официальная страница ТЦ «Ривьера» в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] URL: <https://vk.com/rivieramoscow> (дата обращения 25.04.2019).

8. Смотрим как оно было 23 февраля. Гости «Ривьеры» самые классные. Спасибо вам» / Официальная страница ТЦ «Ривьера» в «Инстаграм» [Электронный ресурс]. URL: https://www.instagram.com/riviera_moscow/ (дата обращения 25.04.2019).

9. Токмачёва О.С. Управление эффективностью торговых центров // Интернет-журнал Науковедение. 2014. №4 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-effektivnostyu-torgovyh-tsentrov> (дата обращения: 24.04.2019).

10. 7 терминов, которые должен знать каждый SMM-менеджер // Нетология URL: <https://netology.ru/blog/smm-seven> (дата обращения: 24.04.2019).

УДК 339.97

РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ В РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ THE ROLE OF ECONOMIC DIPLOMACY IN THE DEVELOPMENT OF INDUSTRY AND TRADE

Школяр Николай Андреевич
Shkolyar Nikolay Andreevich

Институт Латинской Америки Российской академии наук, Россия, Москва
Institute of Latin American Studies Russian Academy of Sciences
(e-mail: interexpert@bk.ru)

Аннотация: Рассматривается роль дипломатии в отстаивании национальных экономических интересов, задачи и инструменты экономической дипломатии, ее теоретическое обоснование в отечественной науке, место в системе внешнеэкономических связей и необходимость координации деятельности внешнеэкономических ведомств.

Abstract: It considers the role of diplomacy in upholding national economic interests, the tasks and tools of economic diplomacy, its theoretical substantiation in Russian science, its place in the system of foreign economic relations and the need to coordinate the activities of foreign economic agencies.

Ключевые слова: экономическая дипломатия, внешнеэкономическая политика, торгпредства.

Keywords: economic diplomacy, foreign economic policy, trade missions.

Современный мир характеризуется высокой динамикой возникновения международных проблем, оказывающих влияние на эволюцию дипломатической практики, вызывая необходимость появления новых направлений дипломатической деятельности. В настоящее время она занимается не только межгосударственными политическими отношениями, но и охватывает гуманитарные, религиозные и культурные связи между странами. Особую роль дипломатия играет в отстаивании экономических интересов, в развитии национальной промышленности и торговли.

Теоретическая разработка в современной отечественной науке концептуальных основ экономической дипломатии началась параллельно с формированием рыночных отношений в стране и новой внешнеэкономической политики Российской Федерации. Среди отечественных исследований по теории и практике экономической дипломатии особого внимания заслуживают работы И.Д. Иванова³³, Д.А. Дегтярева³⁴, А.Е. Лихачёва³⁵, А.Г. Савойского³⁶ и ряда других.

Общепризнанный вклад в развитие научного обоснования экономической дипломатии оказали работы В.Д. Щетинина, в которых он выявил особенности экономической работы дипломатов советского периода и первых лет современной Российской Федерации. Он рассмотрел взаимосвязь между экономикой и политикой в дипломатической деятельности и пришёл к выводу о том, что экономическая дипломатия представляет собой инструмент межгосударственного регулирования мировой экономики.³⁷ Многочисленные цитирования и ссылки на работы В.Д. Щетинина указывают на его основополагающую роль при становлении современной российской школы экономической дипломатии. Последующие работы российских и некоторых ученых из ближнего зарубежья развивали теоретическую базу предмета, раскрывали выдвинутые им положения.

Экономическая дипломатия участвует в формировании и осуществлении государственной внешнеэкономической политики (ВЭП), которая включает: разработку национальной стратегии развития экспорта; регулирование внешнеторговой деятельности; формирование нормативно-правовой базы торгово-экономических взаимоотношений. Она содействует развитию экспортно-ориентированного производства, замещению импорта, привлечению иностранных инвестиций и интернационализации отечественных компаний. Содействуя проведению внешнеторговой политики, экономическая дипломатия призвана защищать интересы национальных производителей на внешних рынках, вести анализ экспортно-импортных операций с другими странами, вырабатывая предложения по стимулированию их развития, проводить мониторинг функционирования инструментов регулирования, тарифных и нетарифных методов, оказывать практическое содействие национальным компаниям в выходе на новые рынки и лоббировать их интересы.

³³ Иванов И.Д. Хозяйственные интересы России и ее экономическая дипломатии. - М, 2001. – 318 с.

³⁴ Дегтерев Д.А. Экономическая дипломатия: экономика, политика, право. - М.: Навона, 2010. – 176 с.

³⁵ Лихачев А. Е. Экономическая дипломатия России. Новые вызовы и возможности в условиях глобализации - М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2006. — 461 с.

³⁶ Савойский А.Г. Экономическая дипломатия современной России в отношении США на международной арене. Монография. 2-е изд. - Москва - Пятигорск: РИА-КМВ, 2011. – 368 с.

³⁷ Щетинин В.Д. Экономическая дипломатия: Учебное пособие. - М.: «Международные отношения», 2001. – 280 с.

Признается возрастающая роль дипломатии в международных торгово-экономических отношениях, в регулировании мировых рынков, в глобальном экономическом управлении. Дипломаты становятся значимыми игроками в создании и организации работы многосторонних финансово-экономических институтов, в выработке правил международных экономических отношений. Дипломаты оказывают влияние на возникновение и ход событий в международной экономике и играют важную роль в повседневном развитии двусторонних торгово-экономических отношений.

Определенный набор задач внешнеэкономического характера, решаемых дипломатической службой, заложен в Концепции внешней политики Российской Федерации, принятой в 2016 году. Среди этих задач выделяются: содействие эффективному функционированию многосторонней торговой системы; создание благоприятные условия для укрепления российского присутствия на мировых рынках, прежде всего за счет расширения номенклатуры экспорта и географии внешнеэкономических связей; оказание поддержки организациям в освоении новых рынков, противодействие дискриминации отечественных экспортеров. В области торговой политики дипломатия должна принимать необходимые меры в целях защиты национальных интересов и реагировать на недружественные экономические действия иностранных государств, ущемляющих права российских хозяйствующих субъектов. С целью модернизации отечественной промышленности дипломатия призвана содействовать технологическому обновлению предприятий, повышению доли наукоемких, инновационных и других приоритетных отраслей в общеэкономической структуре за счет привлечения инвестиций, передовых зарубежных научно-технических знаний и технологий.³⁸

В последние годы международные отношения и мировая экономика развиваются в условиях напряженности, нервозности и неопределенности, провоцируемых американской политикой протекционизма, инициированной Дональдом Трампом. Смена внешнеэкономического курса в США от лидера глобализации до защитника внутреннего рынка спровоцировала торговую войну и оказала глубокое влияние на поведение большинства участников мировой торговли. В этом противостоянии особенно возрастает роль экономической дипломатии в стремлении отстоять интересы своей страны, сохранить и приумножить ее преимущества в международном разделении труда, расширить конкурентные возможности.

В этих условиях и в России повышается роль внешнеэкономической сферы, растет понимание того, что экономические аспекты имеют возрастающее значение в повседневной дипломатической работе. Несмотря на то, что переходный период уже завершён и российская экономика окончательно перешла на рыночные отношения, в России до сих пор продолжается поиск места внешнеэкономической сферы в структуре действующего государственного управления национальной экономикой. То есть, начатая ещё в советские времена реформа управления внешнеэкономическими связями, продолжается до сих пор. В 1988 году произошло слияние Министерства внешней торговли (МВТ) и Государственного комитета по экономическим связям (ГКЭС), затем объединение с Минторгом России (1996 г.) и Минэкономразвития России (2001 г.). Вопросами управления внешнеэкономической деятельностью в России до 2004 года занималось Минэкономразвития России, в оперативном управлении которого находились торговые представительства. Если говорить о Латинской Америке, то на тот момент торгпредства России были в десяти странах, что позволяло отслеживать торгово-экономическую ситуацию в регионе, оперативно информировать о происходящих изменениях, отвечать на запросы министерств, ведомств и участников внешнеэкономической деятельности.

³⁸ Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена 30 ноября 2016 г.) // [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 (дата обращения: 11.03.2019)

В настоящее время государственное управление внешнеэкономической деятельностью России, в том числе на латиноамериканском направлении, продолжает быть раздробленным между различными ведомствами. После закрытия в 2004 году торговых представительств во многих странах их функции в усечённом виде перешли к посольствам. Однако для дипломатических представительств это направление работы не является основным и, кроме того, они, как правило, не располагают квалифицированными внешнеэкономическими кадрами. В Латинской Америке сохранились лишь два российских торгпредства в Бразилии и Аргентине. Закрытие большинства торговых представительств России аргументировалось низкими объёмами товарооборота. Однако не в каждом случае эта причина являлась адекватным основанием. Так, например, в начале рассматриваемого периода объём товарооборота России с Эквадором и Мексикой был такой же, как с Аргентиной, однако торгпредства в этих странах были закрыты, то есть были ликвидированы важные организационные структуры содействия российским экономическим проектам в этих странах. В последующем по политическим мотивам были воссозданы торгпредства в Никарагуа, Перу и на Кубе, а динамика торговли с латиноамериканскими странами развивалась вне зависимости от наличия российского торгового представительства в стране-партнере.

В 2008 году в ведение Министерства промышленности и торговли России передали сферу торговли, а в 2018 году и систему торгпредств, которая до этого времени оставалась в подчинении Минэкономразвития России. Однако это пока не повлияло на рост российского экспорта продукции промышленного назначения и лишь сохранило разобщение по ведомствам функций проведения внешнеэкономической политики. В Минэкономразвития России сохранились шесть департаментов регулирования ВЭД, в том числе страновые департаменты, формирующие новый заграничный аппарат экономсоветников.

В сложившихся условиях повышается роль МИД России, посольств и дипломатического корпуса, призванных координировать мероприятия, проводимые российскими министерствами, ведомствами, регионами и компаниями, направленные на проведение внешнеэкономической политики и продвижение внешней торговли промышленными товарами. Только лишь скоординированными действиями представителей различных ведомств и уровней экономическая дипломатия по противостоянию протекционизму и сохранению открытой экономики можно сдерживать влияние на российскую промышленность и торговлю тенденций развертываемых торговых войн и назревающего глобального финансово-экономического кризиса.

УДК 796.034.2:316.62

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ МАССОВЫМ СПОРТИВНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF THE MANAGEMENT OF MASS SPORTS BEHAVIOR

**Бунов Егор Георгиевич
Bunov Egor G.**

*Государственный университет управления, Россия, Москва
State University of management, Russia, Moscow
(e-mail: bunovegor@yandex.ru)*

Аннотация. На основе анализа социально-психологических аспектов управления массовым спортивным поведением и нормативно-правового регулирования в области организации и управления массовыми спортивными мероприятиями формулируется предмет управления и приоритетные направления при моделировании ситуации развития процессов.

Abstract. Based on the analysis of social and psychological aspects of management of mass sports behavior and legal regulation in the field of organization and management during the mass

sports event, the subject of management and priority directions in modeling the situation of development of processes are formulated.

Ключевые слова: массовое спортивное поведение, управление и организация массового спортивного мероприятия

Keywords: mass sports behavior, management and organization of mass sports events

Как преодолеть психологические барьеры в случаях организации массового спортивного мероприятия? Представляя, что придется преодолеть, с чем столкнуться, организатора массового спортивного мероприятия невольно охватывает паника. Сколько всего надо учесть и выполнить. В наибольшей степени в стрессовой ситуации оказываются молодые специалисты ВУЗов спортивной индустрии, которым впервые приходится взглянуть на массовое спортивное мероприятие глазами не зрителя или участника, а его организатора.. Кроме нормативно-правовой ответственности, которая возлагается на организатора массового спортивного мероприятия, барьером становится недостаток информационного, научно-практического обеспечения социально-психологических аспектов управления в данной области.

Предлагаю, что называется «заглянуть за кулисы» и рассмотреть стандартное массовое спортивное мероприятие глазами организатора.

Все начинается с идеи провести спортивное мероприятие. Любое спортивное мероприятие - это привлечение внимания зрителей, популяризация вида спорта среди населения, либо привлечение населения к активному спортивному образу жизни. В любом случае это некий спортивный праздник. А праздник предполагает соответствующее настроение участников и зрителей соревнований, следовательно, должен быть ведущий или главный судья мероприятия, который будет вести мероприятие, сопровождая все процессы данного праздника, подбадривая участников и зрителей мероприятия.

На практике подготовка к организации мероприятия происходит со сбора судейской бригады (коллегии), их соответствующего инструктажа, проверки необходимого инвентаря, затем происходит подготовка объекта или территории, расстановка инвентаря, проверка документации (протоколы, ведомости, грамоты, лист регистрации и т.д.). Встреча участников на мандатной комиссии, сверка данных, указанных в заявке участников, с документами, удостоверяющими личность. Далее жеребьевка с представителями команд. Заполнение протоколов по результатам жеребьевки. После этого главный судья объясняет нюансы проведения соревнования. Итак, участники готовы. Свисток на игру!

Анализируя поведение болельщиков, можно отметить, что они испытывают абсолютно разные эмоции, от волнения, переживания и трепета до агрессии. В отличие от болельщиков, зрители сохраняют нейтралитет и приходят просто посмотреть на мероприятие, разнообразить свой досуг, либо попадают в поле мероприятия случайно. Спортсмены или участники соревнований отрешены ото всех, отключены от внешнего мира и сосредоточены на соревновательном моменте.

На месте проведения массового спортивного мероприятия указатели направляют участников на мандатную комиссию или на регистрацию участников мероприятия.

В случае отсутствия документа, удостоверяющего личность, главный секретарь имеет право не допустить спортсмена до участия в соревнованиях, но, как правило, изыскивает возможность идентифицировать участника соревнований по иным признакам.

Зрителей предварительно оповещают о необходимости подавать заявку для пропуска на соревнования. Непосредственно перед входом на территорию, где проводится спортивное мероприятие, зрители предъявляют документ, удостоверяющий личность, сотрудник (контролер-распорядитель, сотрудник охранной организации) сверяет документ с ранее поданной заявкой на пропуск, производит осмотр на предмет установления запрещенных предметов и вещей и допускает на территорию проведения соревнования.

В процессе игры возникают конфликтные ситуации с игроками (между игроками, между игроками и судьей, между игроками и болельщиками, между болельщиками, между

представителями команды и судьей). По каждой конфликтной ситуации проводится разбор, в котором принимают участие судьи и представители команд или спортсменов. По окончании мероприятия происходит подведение итогов и подсчет результатов главным судьей, секретарем. Заполняются ведомости, оформляются грамоты и дипломы, готовится наградная атрибутика.

На общем построении главный судья освещает результаты соревнований и выражает благодарность участникам и зрителям, представителям команд, судейской бригаде. Как правило, вручение кубков и медалей начинается с третьего места. Момент вручения желательно запечатлеть на фотографию, а также общую фотографию всех участников на память. Главный судья должен объявить об окончании соревнований.

Завершает мероприятие подведение итогов с судейской бригадой и обслуживающим персоналом. На этом можно завершить описание практически происходящих процессов и перейти к рассмотрению нормативно-правового сопровождения аспектов управления массовым спортивным поведением.

Нормативно-правовое сопровождение организации и управления массового спортивного мероприятия в основном продиктовано Федеральным законом от 04.12.2007 №329 (ред. от 27.12.2018) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» [1] и постановлением Правительства РФ от 18 апреля 2014 г. №353 [] и сводится к обеспечению безопасности при проведении официальных спортивных соревнований.

В данных нормативных актах описан алгоритм подготовки к организации и проведению официального спортивного соревнования. Предлагаю осветить основные направления, которые должны в обязательном порядке соблюдаться организатором соревнований.

Организатор соревнования обязан:

1. Уведомлять орган внутренних дел о месте, дате и сроке проведения соревнований.
2. Разработать и утвердить план мероприятий по обеспечению общественной безопасности при проведении спортивного мероприятия.
3. Организовывать контрольно-пропускной и внутриобъектовый режимы в местах проведения соревнований в период их проведения.
4. Принимать меры по соблюдению правил противопожарного режима.
5. Информировать зрителей и участников соревнований о необходимости соблюдения Правил поведения.
6. Обеспечивать зрителям и участникам соревнований в случае необходимости оказание первой помощи и организовывать оказание скорой медицинской помощи.
7. Приостанавливать либо прекращать соревнования до устранения нарушений положения (регламента) о соревнованиях, групповых нарушений общественного порядка в местах проведения соревнований либо угрозы для жизни и здоровья граждан, а также при наличии информации о возможности совершения террористического акта.
8. Информировать зрителей и участников соревнования о прекращении соревнований и о порядке действий в случае угрозы возникновения или при возникновении чрезвычайной ситуации, организовывать их эвакуацию в случае угрозы возникновения и при возникновении чрезвычайной ситуации.

Из вышеперечисленных пунктов описания процесса подготовки и проведения массового спортивного мероприятия необходимо обратить особое внимание на следующие аспекты управления массовым спортивным поведением:

- уведомление органов внутренних дел. Данное уведомление делается за 30 дней до даты проведения соревнований. Как правило, это делается одним письмом по всем мероприятиям, запланированным в ЕКП (Единый календарный план) за месяц;

- план мероприятий по обеспечению общественной безопасности готовится в срок не позднее 10 дней до начала соревнований. Это один из основополагающих документов который в обязательном порядке готовится организатором соревнований, и который является основой для нормативного управления массовым спортивным поведением на соревнованиях.

План мероприятий разрабатывается и утверждается организатором соревнований совместно с собственником (пользователем) объекта спорта по согласованию с территориальными органами внутренних дел, в соответствии с типовым планом мероприятий и с учетом положения (регламента) о соревнованиях в срок не позднее 10 дней до начала соревнований;

- при организации контрольно-пропускного режима важно учесть, некоторые технические и психологические тонкости, а именно:

1. Досматривать личные вещи зрителей на посту имеет право специальный контингент – это контролеры-распорядители, либо сотрудники охраны в присутствии сотрудников Полиции (Это важно!).

2. С учетом того, что досмотровые мероприятия связаны с вторжением должностных лиц в личное пространство зрителей, то как правило возникают конфликтные ситуации. Очень важно, чтобы на посту досмотра присутствовали сотрудники Полиции для своевременного и эффективного разрешения возникающих ситуаций.

3. Если допуск к месту проведения массового спортивного мероприятия осуществляется по заранее составленным и согласованным спискам, при предъявлении документов, удостоверяющих личность, то необходимо предусмотреть вариант или методику допуска в случае того, когда посетитель забыл документ, по которому возможно его идентифицировать.

Информирование зрителей и участников массового спортивного мероприятия о Правилах поведения в месте проведения мероприятия, как правило, снимает большинство отклонений или конфликтных ситуаций, связанных с незнанием данных правил. Явное нарушение Правил после того, как человек услышал и увидел их на специальных информационных стендах, связано с умыслом, что является главным квалифицирующим признаком нарушителя, к которому применяются иные меры воздействия. Это достаточно важный психологический аспект при управлении массовым спортивным поведением;

- ещё одним из важных социально-психологических аспектов в управлении массовым спортивным поведением является информирование лиц, находящихся в месте проведения массового спортивного мероприятия, о действиях организатора, либо о необходимых действиях участников и зрителей в случае ЧС, либо угрозе террористического акта. Только от грамотных и эффективных действий организатора зависит, как будут развиваться панические настроения участников и зрителей.

На основании рассматриваемых аспектов управления массовым спортивным поведением предлагаю сформулировать элементы управления и обозначить предмет в рассматриваемой области.

Предмет социально психологических аспектов управления массовым спортивным поведением формируется в области взаимодействия нескольких субъектов управления и объекта управления при организации и проведения массового спортивного мероприятия. Взаимодействующими субъектами управления в данном случае являются организатор мероприятия, собственник объекта, на территории которого проводятся мероприятия, и органы внутренних дел. Объектом управления являются непосредственно присутствующие на массовом спортивном мероприятии (участники, зрители и болельщики). Предметом в данной области взаимоотношений является получение результатов от соревновательной деятельности участников, получением эмоционально-психологического эффекта зрителями, болельщиками от зрелищности массового спортивного мероприятия, и экономической выгоды организатором, собственником объекта, на территории которого проводится мероприятие. При этом экономическая выгода может быть выражена в прямом материальном эквиваленте (непосредственный доход от предпринимательской деятельности во время проведения массового спортивного мероприятия), либо в косвенном материальном эквиваленте - увеличении занимающихся физической культурой и спортом людей (увеличение проданных абонементов в спортивные залы, продаж спортивного оборудования и питания и т.д.).

Управление массовым спортивным поведением представляет собой новую и далеко не изученную область для социальной психологии. Традиционно исследовательский интерес сосредотачивается на массовом поведении футбольных фанатов, агрессивных болельщиков и других аналогичных проблемах. Проблем в области организации и управления массовым спортивным поведением остаются в зоне практического, нормативно-правового регулирования. Психологическая составляющая данной области еще ждет своего исследователя. Но даже постановка проблемы в такой транскрипции, по мнению автора, крайне важна. На текущий момент можно сформулировать некоторые рекомендации для практического использования организаторами спортивно-массовых мероприятий, а именно:

1. Успех и эффективность управления зависят от точно сформулированных целей, задач и подробного плана массового спортивного мероприятия.

2. Обязательно наличие компетентного юридического сопровождения организационно-управленческих решений в данной области.

3. Приоритет принципа «безопасности» во всех процессах, связанных с управлением и организацией массового спортивного мероприятия.

Соблюдение этих принципов поможет снять психологический барьер боязни организатора (особенно молодого и неопытного организатора) массового спортивного мероприятия и достаточно эффективно воздействовать на формирование адекватного спортивного поведения участников и зрителей. Продолжение данной темы вижу в более детальном рассмотрении каждого аспекта управления массовым спортивным поведением с позиции социальной психологии и разработке на этой основе пошаговых методических рекомендаций для организаторов массовых спортивных мероприятий.

Список литературы

1. Федеральный закон от 04.12.2007 N 329-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»// 2019 <https://base.garant.ru/12157560/>

2. Постановление Правительства РФ от 18 апреля 2014 г. N 353 «Об утверждении Правил обеспечения безопасности при проведении официальных спортивных соревнований»// 2019 <https://base.garant.ru/70641034/>

УДК 301.1

МОДЕРНИЗАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ

MODERNIZATION PROCESSES IN HIGHER EDUCATION AS A FACTOR IN IMPROVING MANAGEMENT EFFICIENCY IN INDUSTRY AND COMMERCE

**Карпова Елена Григорьевна
Karpova Elena Grigorievna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(pedagogikanet@yandex.ru)*

Аннотация: В начале XXI века России предстоит вновь провести модернизацию, такую, которая позволит не только догнать развитые страны, но и создать условия, обеспечивающие успешное движение в будущем. Но сделать это труднее, поскольку предстоит провести две модернизации – одну сферы образования, и только на этой основе возможна вторая, главная модернизация страны.

Abstract: At the beginning of the twenty-first century, Russia will again have to modernize,

one that will not only catch up with the developed countries, but also create the conditions that will ensure successful movement in the future. But it is more difficult to do this, since two modernizations are to be carried out - one sphere of education, and only on this basis is the second, the main modernization of the country possible.

Ключевые слова: модернизация, развитые страны, успешное движение в будущее, сфера образования, образовательная политика, модернизация страны.

Keywords: modernization, developed countries, successful movement into the future, education, education policy, modernization of the country.

Сейчас остро встала проблема модернизации образования, но действия властей не адекватны вызову времени. Они рассматриваются в литературе как смесь зарубежных заимствований с российской неумеренностью, с редким умением довести все до крайности и абсурда, то есть потерять чувство меры. Эти действия включают в себя всеобщую ЕГЭзацию и бакалавризацию, создание мегауниверситетов, резкое усиление роли государственных структур, бюрократических методов и процедур, насаждение формализма, пренебрежение творческой, содержательной стороной образования [2]. Они осуществляются по устаревшему шаблону, не имеют ничего общего с подлинными вопросами модернизации российского образования.

Вместо этого имеет место деградация российского образования. Для преодоления этого отрицательного процесса нужны новая образовательная политика, независимые экспертизы имеющихся трудностей, системный анализ, эффективная методология, опора на новые теории и методики образовательной деятельности, научно обоснованные стратегии модернизации, независимые центры настоящих педагогических измерений. Сейчас этого нет.

В начале XXI века России предстоит вновь провести модернизацию, такую, которая позволит не только догнать развитые страны, но и создать условия, обеспечивающие успешное движение в будущем. Но сделать это труднее, поскольку предстоит провести две модернизации – одну сферы образования, и только на этой основе возможна вторая, главная модернизация страны. На этом пути предстоит преодолеть политическую и социальную неустойчивость, бюрократические преграды, отрицательный подбор кадров, негативные тенденции ухудшения качества образования последней четверти века, создать общественно-политические, педагогические, технологические и материально-технические условия, способствующие ускоренному развитию образования и страны в целом. Иначе говоря, нужна настоящая модернизация, обеспечивающая инновационный путь развития [3].

Острая необходимость модернизации российского образования понятна всем, но от этого уверенности в её успехе не прибавляется. Анализ проблемной ситуации показывает, что эффективная модернизация возможна лишь при заметном изменении ряда политических, общественных и научно-педагогических условий [1].

Общероссийская система управления качеством образования переживает этап своего становления. Проблема обеспечения качества высшего образования находится в эпицентре научных дискуссий. Один из ключевых аспектов этой проблемы — выбор критериев качества высшего образования, адекватных целям и приоритетам развития российского общества. Пересмотр критериев обусловлен изменением внутренних и внешних условий развития образовательной системы. Включение России в Болонский процесс сопровождается укреплением Европейского измерения в высшем образовании, в частности пересматриваются внутренние гарантии качества. Поэтому целесообразно сопоставить подходы к управлению качеством образования, практикуемые передовыми западными странами с отечественным опытом.

«Новые» системы ассоциируются с принципами управления качеством образования, которые в последние десятилетия сформировались в США. До этого периода произошло несколько этапных трансформаций, каждая из которых внесла определенный вклад в «новую» систему. Концепция «стандартизации» основывалась на строгих стандартах и процедурах контроля образовательного процесса. Она была заменена «принципом

комплексной оценки» образовательного учреждения, допускающего возможность компенсировать отставание по отдельным характеристикам за счет опережения по другим. Вуз оценивался с точки зрения достижения целей, которым он служит. Основой решения об аккредитации стало сравнение модели института с некоторой «предписанной моделью», выработанной на основе обобщения опыта институтов аналогичного профиля [5].

Дальнейшая эволюция связана с перемещением центра тяжести на содержательную деятельность экспертов, проверяющих образовательное учреждение. Оценка приобрела качественный характер и стала зависеть от профессионального суждения экспертов.

На смену этому подходу пришел другой, в котором упор был сделан на самооценку вуза по определенной схеме. Однако значение качественных критериев сохранилось для отдельных вузов в учебной обслуживающей деятельности.

Сравнительный анализ параметров западных рейтингов и влиятельных отечественных (Министерства образования и науки РФ, Ассоциации технических университетов) обнаруживает существенные отличия. Западные модели гораздо компактнее. Абсолютное большинство популярных рейтингов, публикуемых в западной прессе, ориентировано на потребителя. Пожалуй, исключение составляет только рейтинг Д. Гурмана (National Education Standards), который подвергается справедливой критике. Фактически, западный рейтинг выступает как шкала признания потребителями высокого престижа того или иного вуза и служит инструментом в борьбе за студентов и за лучших преподавателей. Российские ведущие рейтинги ориентируются, в основном, на внутреннюю самооценку. Очевидно, что в ближайшее время, учитывая глобальные мировые тенденции (интернализацию высшего образования, усиление конкуренции мировом рынке образовательных услуг) нашим вузам придется отойти от однобокой оценки качества высшего образования.

Чтобы вклиниться в ряды мировых лидеров необходимо всемерно повышать конкурентоспособность российских университетов и целенаправленно работать над созданием благоприятного имиджа российского образования. Один из путей — создание Россией собственного глобального рейтинга, который должен подчеркивать конкурентные преимущества национальных университетов и определять ниши, в которых будет возможно достижение новых рубежей. Такого рода глобальный рейтинг должен базироваться на комплексной оценке качества образования. Нельзя сбрасывать со счетов тот факт, что рейтинг не только инструмент сравнительной оценки вузов, но и мощный стимул постоянного совершенствования качества образования в условиях усиления конкуренции за абитуриентов.

Необходимость политической модернизации власти и властных отношений в стране стала главным условием успешной модернизации российского образования.

Сейчас часто вспоминают старый лозунг о решающей роли кадров в вопросах модернизации. И хотя роль правильного подбора кадров по-прежнему очень высока, не менее важную роль играют уровень культуры, науки и эффективной организации целостного процесса образования, правильное формулирование целей и задач, методическое оснащение учебного процесса, новые образовательные технологии. Однако сейчас, как отмечает В.Е.Шудегов, главная проблема российского образования заключается в её бюрократизации, пожирающей все прогрессивное [6].

А потому эффективная модернизация потребует сокращения и реформирования главного органа управления образованием, расширения и усиления роли общественности и учёных-лидеров, достаточного финансирования, создания инновационной образовательной среды, внедрения форм открытого образования, новых вузов распределённого типа, пересмотра содержания, новые методики обучения, контроля и самоконтроля.

Глобализация оказывает серьезное дифференцирующее воздействие на процессы модернизации. Так, в странах лидерах глобального мира глобализация придает комплексное ускорение модернизационным процессам. Набирают ход процессы информатизации, компьютеризации, что расширяет сферу постиндустриальных социальных отношений. Гораздо более противоречивую роль глобализация играет в модернизации развивающихся

стран. Здесь развитие происходит более парциально, фрагментарно и, далеко не всегда, с учетом реальных общественных интересов, что также во многом объясняется политической волей национального руководства. Кроме того, гибридизация западных и национальных образцов ведет к институциональной деформации и анонимизации. Соответственно, в странах догоняющей модернизации усиливаются дисфункциональные последствия модернизации, нарастают ее социальные издержки.

Высшее образование играет весьма значительную роль в процессах модернизации, однако, в контексте ускоряющейся общественной динамики меняются институты образования, происходит их модернизация, соответственно, с функциональными и дисфункциональными последствиями. Все большую социальную роль начинают играть высокоспециализированные и постоянно обновляющиеся знания, вытесняя на вторые роли фундаментальную науку. Кроме того, глобализация выступает фактором дифференциации знаний - степень востребованности интеллектуальных ресурсов растет прямо пропорционально статусу страны в глобальной системе, что вызывает деление профессионального сообщества на более и менее востребованные специальности и, непосредственно, сказывается на институтах образования. Социокультурные деформации в виде «общества потребления» вызывают быструю и интенсивную консьюмеризацию образования, превращая его в поставщика максимально комфортных услуг, а также «сводя на нет» его воспитательную гуманистическую роль. Наконец, в условиях углубления имущественного неравенства (что является мировой тенденцией), образование выступает фактором не выравнивания, а наоборот, усиления социально-экономических различий людей и общественных групп [2].

Модернизационный процесс в России имел весьма циклический характер и, по большей части, приближался к модели парциальной (частичной) модернизации не без влияния внешних (глобальных) факторов. Исключение составляет советский период, когда попытки модернизации целенаправленно носили более полный системный смысл при минимальном влиянии мировой системы. Либеральная модель модернизации (органическая модернизация) может быть конструктивно реализуема в отечественных условиях лишь частично. Более эффективно применение национальной модели модернизации, адекватной российской специфике. Основная проблематика нынешней модернизации - непоследовательный, фрагментарный характер преобразовательных процессов, порождающий множество социальных издержек, отражающихся и на институте высшего образования.

Модернизация отечественного образования отражает логику российских изменений в целом. Ситуация в нем складывается под воздействием двух противоположных тенденций. С одной стороны, дифференциация интеллектуальных ресурсов под влиянием «сырьевой» хозяйственной ориентации, в результате чего для России становятся типичными явления «утечки умов», а также маргинализации некоторых групп интеллектуалов. С другой стороны, инерция советской системы образования, чрезмерно развитой для периферийной страны - все еще большое количество вузов, крепкий профессорско-преподавательский состав [4].

Дифференциация российского образования происходит по оси «доступность - качество» и все усиливается, воспроизводя «реальность гипертрофированного неравенства». Кроме того, наблюдается тенденция массовизации российского высшего образования, что является следствием приоритета финансового критерия при поступлении в вуз, а также коррупционных механизмов, пронизывающих учебный процесс. В целом происходит усиление дисфункций российских образовательных институтов, следствием которых является деформация воспроизводящего механизма общества в целом [6].

Реформа высшего образования 2000-х гг. разделила российское ученое сообщество на ее сторонников (либеральный подход) и критиков (консервативный подход). Первые ратуют за приближение отечественной высшей школы к западным образцам, считая, что в ее основе должен лежать принцип рыночной эффективности. Вторые, выступая за сохранение выработанных традиций отечественного образования, считают, что образовательная реформа

работает на снижение интеллектуального потенциала российского общества, что в перспективе будет все сильнее отворачивать его от собственных национальных интересов.

Сторонники консервативной позиции доминируют в сообществе отечественных ученых и преподавателей. Названное сообщество склонно воспринимать реформу отечественного высшего образования более в дисфункциональном, чем в конструктивном ключе. В косвенной форме критикуют результаты реформы и студенты, причем как коммерческих, так и государственных вузов. Таким образом, автор считает, что проводимая реформа высшего образования не имеет достаточной социальной базы [4].

Сравнительный анализ развития ситуации в государственных и коммерческих вузах показал, что те и другие имеют ряд сходных проблем: сокращение численности абитуриентов, административно-правовое давление. Коммерческие высшие учебные заведения в отечественных условиях испытывают нечто вроде функциональной деформации, будучи более дифференцированы с точки зрения качества преподавания, уровня подготовки студентов, организационных моментов. Государственные учреждения создавались в более стабильный период и имели четкое целевое назначение. Им, в целом, удалось сохранить солидную материально-техническую и научную базу, они являются укомплектованными с точки зрения профессорско-преподавательского состава. Пока что, традиционно признаваемые преимущества коммерческих заведений перед государственными - большая гибкость, высокая адаптивность - слабо проявляются в отечественных условиях.

Список литературы

1. Бададанова Ю.В. Некоторые теоретические аспекты социального моделирования // Теория и практика социальной работы: проблемы, прогнозы, технологии /Под ред. Е.И.Холостовой, Е.И.Жукова и В.М.Сафроновой. М., 2017.
2. Герасимов Г.И., Речкин Н.С. Трансформация управленческой культуры в муниципальной системе образования. Ростов-на-Дону, 2018.
3. Дюркгейм Э. Социология-образования. М., 1996.
4. Иванов В. И. Социальные технологии в современном мире. Москва-Н-Новгород, 2016.
5. Удальцова Ю.А. Инновации, интеллект, образование. М., 2018.
6. Чебышев Н., Каган В. Основы развития современной высшей школы // Высшее образование в России. 2018. № 7.
7. Шереги Ф.Э., Харчева В.Г., Сериков В.В. Социология образования: Прикладной аспект. М.: Юрист, 2017.
8. Knapper Ch.K., Cropley A.J. Lifelong learning and higher education. L. etc.: Cromm Helm, 2015

УДК 316.35

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF IMPROVING MANAGEMENT IN INDUSTRY AND COMMERCE

Карпов Эрнест Сергеевич
Karpov Ernest Sergeevich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(calib_mr_stolz@rambler.ru)

Аннотация: Развитие технологий, глобализация рынка, структурная перестройка экономики, интеграция хозяйствующих субъектов создают новые условия конкурентной борьбы в современном мире.

Abstract: The development of technologies, globalization of the market, economic restructuring, integration of economic entities create new conditions for competitive struggle in the modern world.

Ключевые слова: развитие технологий, глобализация рынка, структурная перестройка экономики, конкурентная борьба, современный мир.

Keywords: technology development, market globalization, economic restructuring, competition, the modern world.

Вопрос о понятии, составе, факторах и способах повышения конкурентоспособности организации является одним из наиболее обсуждаемых в отечественной и зарубежной науке и практике управления в последние годы. В российской экономике проблема поддержания и повышения конкурентоспособности отечественных организаций особенно актуальна в свете преодоления последствий кризиса 90-х годов, охватившего большинство промышленных предприятий. Особенно эта проблема актуальна для предприятий авиационной промышленности.

Развитие технологий, глобализация рынка, структурная перестройка экономики, интеграция хозяйствующих субъектов создают новые условия конкурентной борьбы в современном мире. К промышленным предприятиям предъявляются требования повышения качества управления и достижения высоких результатов производственно-хозяйственной деятельности. В сложившихся условиях возрастает необходимость применения новых подходов и методов контроля и обеспечения эффективности управления. Одним из важнейших показателей успешного функционирования предприятий является поддержание и рост уровня их конкурентоспособности [4].

Работа любого предприятия является довольно сложным и многогранным процессом. Уровень конкурентоспособности и возможности бизнеса связаны с скоординированным выполнением различных функций, успешное выполнение которых и определяет результат этой деятельности. Предприятие успешно функционирует, когда у него успешно развиты все направления в комплексе: финансы и экономика, маркетинг и сбыт, технология и производство, исследования и разработки. При этом носителями и исполнителями большинства хозяйственных функций (за исключением тех, которые полностью связаны с автоматизированными системами) являются сотрудники организации, ее персонал [5].

Расширение хозяйственной самостоятельности приватизированных предприятий, огромный рост числа частных предприятий в сфере малого бизнеса, изменение государственной формы собственности на частную, дало практически полную свободу предприятиям в организации и изменениях своей деятельности.

Однако для многих предприятий такая свобода не дала положительных результатов. В качестве негативных тенденций, проявляющихся в условиях становления рыночной экономики отмечают резкие и часто необоснованные темпы проведения рыночных реформ со стороны государства, спонтанный и нерегулируемый рост инфляции в стране, нестабильную налоговую политику государства, постоянные законодательные изменения и т.д.

Но немало серьезных проблем эффективности деятельности организаций заключается в недостатках их работы. Руководство многих предприятий не стремится в необходимой мере к обновлению методов работы, способов воздействия на персонал, к повышению рациональности использования внутренних ресурсов, потому что ещё вероятно не успели осознать глубину изменений, происходящих в отечественной экономике, хозяйственных отношениях, в экономических отношениях, устанавливающихся между предприятием и его персоналом, и в целом в обществе.

С приходом рыночных отношений, например, изменились цели хозяйственной деятельности предприятий, выражающиеся в системе показателей. Так, при плановой экономике в нашей стране наукой и практикой была сформирована система экономических, финансовых и статистических показателей, разработаны методы их расчета и учета,

рассчитанные на централизованно - плановую систему хозяйствования. С переходом к рыночным отношениям эта система показателей как в части их расчета и учета, а также роли в обосновании решений претерпела и претерпевает определенные изменения[2].

Так, например, если в условиях плановой системы хозяйствования в оценке деятельности предприятия важную роль играли такие показатели, как выполнение плана, объем товарной продукции, объем валовой продукции, то в условиях рынка на первое место выдвигаются такие показатели, как объем продаж, прибыль, рентабельность и т.д. Ориентировка производства на удовлетворение спроса резко усилила значение оценки различных вариантов удовлетворения спроса.

Развитие конкуренции стимулировало расширение ассортимента товаров народного потребления, как промышленных так и продовольственных товаров, стимулировало повышение удовлетворенности потребностей потребителей в улучшении культуры обслуживания: от организации торгового процесса, ликвидирующего очереди за товарами, до рационализации фасовки, культуры упаковки и т.д. [1].

С другой стороны, выдвигание на первый план показателей прибыли, дохода, ужесточение конкуренции стимулирует развитие негативных тенденций от нарушения допустимых норм вредных веществ в готовой продукции до использования любых ухищрений для повышения доходов организации, включая использование или перенасыщение веществами, наносящими вред здоровью потребителей, но например, способствующими быстрому росту сельскохозяйственных растений, животных. Погоня за прибылью и необходимость выживания в условиях жесткой конкуренции повсеместно стимулирует а реализацию продукции, после истечения срока хранения или использования; реализацию продукции, не допущенной структурами здравоохранения до реализации; продукции, не прошедшей испытаний на предмет влияния на здоровье человека; в ускорение процессов внедрения различных заменителей ингредиентов, заменяющих дорогие, но полезные ценные незаменимые для организма продукты на бесполезное, в пределах норм вредное сырье, но дешевое, а значит, увеличивающее прибыль; ш многочисленные подделки продукции, употребление которых может приводить к смертельным исходам потребителей, например алкогольной продукции, игрушек, разукрашенных яркими эффектными красками, вызывающими отравления у маленьких детей и т.д. [1].

Но, современным организациям необходимо все же учитывать, что рынок стимулирует развитие криминогенной обстановки, стимулирует распространение вышеназванных преступлений, преступлений перед своим обществом, что может вызвать в долгосрочной перспективе отрицательные генетические необратимые изменения будущих поколений. И в тоже время необходимость снижения качества продукции за счет повышения количества, повышения прибыли, жестокая не чистоплотная или криминальная борьба, направленная на уничтожение конкурентов, использование СМИ для рекламы нереальных преимуществ продукции и стимулирования наивных покупателей к их покупкам, и многие другие явления становятся законами рынка.

И тех кто не может, или в силу своих моральных ценностей, нравственных убеждений (кстати развитых «отсталым» социалистическим укладом) не хочет подчиниться этим беспощадным законам, рыночная экономика уготовила суровое наказание: нищета или каторжный труд за невысокие доходы.

Таким образом, перед руководителем отечественного предприятия в условиях рынка выросла необходимость выбора одного из следующего альтернативного варианта направленности деятельности, идеологии фирмы:

- наиболее высоко прибыльный, предполагающий полное согласие с законами рынка, и отказ от морально-нравственных «социалистических» ценностей. Включает достижение цели выживания, существования и развития предприятия, на основе использования любых средств повышения прибыли: законных и незаконных, наносящих и не наносящих вред потребителям; использование нечистоплотных либо преступных действий в

борьбе с конкурентами, в борьбе за прибыль. Это направление можно охарактеризовать принципом: «чем меньше моральных ценностей, тем выше прибыль»;

- также очень высоко прибыльный вариант, предполагающий деятельность в сферах или отраслях хозяйства, так называемых «обреченных на успех», например, нефтяной бизнес, торговля очень дорогостоящим сырьем, материалами. Но такие сферы доступны узкому кругу, так как связаны с огромными капиталовложениями;

- превращение своих жизненных принципов в оправдание своего бездействия, доходящего до полного безделья, позиции выжидания; в упрямое соблюдение устаревших методов работы, повергающих предприятие в состояние затяжного кризиса, в результате чего происходит упущение возможностей, не противоречащих нравственным принципам, обречение предприятия и его сотрудников на тяжелое существование;

- сознательный выбор самого тяжелого пути, предполагающего очень высокую, физическую, психическую, умственную отдачу, нередко на пределе возможностей руководителя как живого существа, в сферах «не обреченных на успех» заведомо понимая, что этот путь ведет к одному из трех результатов: к разорению, высокой эффективности или к бесконечному неопределенному состоянию между первым и вторым результатом. Этот путь, с точки зрения выгоды имеет только одно преимущество, ценность которого зависит от индивидуальных особенностей человека - сохранение морально - нравственных принципов, сохранение уважения к себе как к личности человека [7].

Таким образом, в условиях формирования и развития новых экономических рыночных отношений в государстве одним из важнейших условий выхода из кризиса является решение проблем повышения эффективности деятельности организаций, являющегося основным звеном народнохозяйственного комплекса, от которого зависит благосостояние граждан, трудовых коллективов и всего общества в целом; материальная и творческая удовлетворенность людей; возможности для созидательной, научно-технической, творческой работы людей и т.д. [3].

В теории и практике экономики и управления существует огромное количество направлений повышения эффективности деятельности организации, однако состояние экономики, предприятий, организаций, трудящихся свидетельствуют об обширности поприща для выявления и решения проблем повышения эффективности деятельности организации в условиях становления рыночных отношений.

Список литературы

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. М.: Экономика, 2015 - 385 с.
2. Васильев Ю. П. Управление развитием производства. М.: Экономика, 2016. -345с.
3. Виханский О.Г. Стратегическое управление: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Гардарики, 2018. - 296 с.
4. Волков О.И., Елизаров Ю.Ф. и др. Экономика предприятия. - М.: ИНФРА - М, 2017. – 520 с.
5. Драккер Р. Управление, нацеленное на результаты. М.: Экономика, 2014,-426с.
6. Красовский Ю. Д. Управление поведением в фирме: аффекты и парадоксы: Практическое пособие. М.: ИНФРА - М, 2017. - 368 с.
7. Самыгин С.И. Столяренко Л.Д. Менеджмент персонала. Ростов н/Д: «Феникс», 2017. 480 с.

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ
«ПОКОЛЕНИЕМ Z» НА РЫНКЕ ТРУДА В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ
SOCIO-PSYCHOLOGICAL MANAGEMENT TOOLS "GENERATION Z"
IN THE LABOR MARKET IN INDUSTRY AND COMMERCE**

**Карпова Елена Григорьевна, Сонов Иналь Валерьевич
Karova Elena Grigorievna, Sonov Inal Valerievich**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(pedagogikanet@yandex.ru)*

Аннотация: В настоящее время среди актуальных драйверов развития социально ответственной практики все чаще отмечают и демографические изменения. Возрастающая конкуренция, усиление значимости нематериальных факторов экономического роста, обострение социальных и экологических проблем, повышение уровня общественных ожиданий и рост гражданской самоорганизации все чаще приводят руководство компаний к необходимости решения задачи сочетания экономического развития с социальной стабильностью.

Abstract: Currently, among the current drivers of the development of socially responsible practices, demographic changes are increasingly noted. Increasing competition, the growing importance of intangible factors of economic growth, the exacerbation of social and environmental problems, increasing public expectations and the growth of civic self-organization are increasingly leading companies to the need to solve the problem of combining economic development with social stability.

Ключевые слова: актуальные драйверы, социально ответственная практика, демографические изменения, возрастающая конкуренция, гражданская самоорганизация, руководство компаний, стабильность.

Keywords: current drivers, socially responsible practices, demographic changes, increasing competition, civil self-organization, company management, stability..

Возрастающая конкуренция, усиление значимости нематериальных факторов экономического роста, обострение социальных и экологических проблем, повышение уровня общественных ожиданий и рост гражданской самоорганизации все чаще приводят руководство компаний к необходимости решения задачи сочетания экономического развития с социальной стабильностью, внедрения в свою деятельность принципов корпоративной социальной ответственности (КСО).

За «поколением X» пришло, как ни странно, «поколение Y» — дети поздних бэби-бумеров, последние цветы XX столетия, повзрослевшие уже в новом веке. Отсюда их второе, навязшее в зубах, прозвище — миллениалы. К этому поколению принято относиться с легким презрением: якобы они эгоистичны, несерьезны, не отрываются от смартфонов. Часть правды в этом есть: миллениалы выросли с интернетом, они придумали фразу YOLO, селфи и Snapchat. Они дольше живут с родителями и вообще будто бы сторонятся взросления, за что социолог Кэтлин Шапутис нарекла их «поколением Питера Пэна». Их финансовое положение шатче, чем у прочих, поскольку их юность и взросление пришлись на период экономической рецессии. Но в любом случае сейчас именно «поколение Y» владеет миром. Это они, самые либеральные люди в истории, выбрали президентом Обаму и чуть не выбрали Берни Сандерса, это они изобрели Facebook и «ВКонтакте», это они — Кендрик Ламар, Тейлор Свифт, Ники Минаж, Эд Ширан, The Weeknd — становятся главными звездами нового столетия. И пока подрастает молодая шпана, они еще побудут главным поколением современности.

Сегодня на рынке труда уверенно занимают позиции представители «Поколения Y» или «Миллениалы» – специалисты, начавшие работать после 2000 года. Уже сейчас они ставят в тупик HR-департаменты своими целями, амбициями, мотивами и самим образом жизни.

«Игреки» - свободные и раскованные люди, адаптированы к изменениям, общительные и позитивные. Их взросление происходило в период мощного прогресса технологий, они легко владеют компьютерным управлением, непринужденно общаются, знают, что такое виртуальность. Они находят себя в творчестве, фрилансе, прекрасно разбираются в модных веяниях, уважают личную свободу и независимость. Обладают хорошими способностями к обучению, выбирают для работы крупные компании, известные на рынке. Ценности поколения Y сложились под влиянием экономического подъема, их отличает от предшественников высокая компьютерная грамотность, свобода в выборе, и что очень важно – отсутствие шаблонного подхода к деятельности. С ними придется считаться, и чем глубже поймут их работодатели, тем эффективней смогут использовать таланты «Игреков» во благо бизнеса [3].

«Игреков» отличает нацеленность на построение быстрой и успешной карьеры: долгий восход «от низов» до «верхушки» их не прельщает. Сотрудники поколения Y хотят стремительно расти в профессиональном русле, получая сразу высокие гонорары. Это хорошие работники, легкие на подъем: они быстро адаптируются к переменам, участвуют в корпоративной жизни компании, их чаще посылают в служебные командировки и на выездные мероприятия. Они могут осваивать несколько профессий одновременно, обучаться дистанционно и охватывают несколько потоков разносторонней информации[6].

Итак, у «игреков» слабо выражено стремление к долгосрочным планам, они ценят быстро достижимые цели. В самом деле, какой смысл планировать карьеру, если завтра снова рванет бомба в метро, а вот новым iPhone надо успеть попользоваться сейчас, т.к. через год он уже устареет. Деньги для «Игреков» – способ достижения этих удовольствий, а не самоцель и не показатель успеха. Цунами социальных сетей, порожденное представителями «Игреков» (Основатель «Facebook» Марк Цукерберг родился в 1984 году), накрыло это поколение с головой и сформировало острую потребность в социальном признании, при этом оно же повлияло на стремление «игреков» к самовыражению и самостоятельному определению собственного места в жизни – невзирая на догмы родителей.

Итого, в трудовых отношениях необходимо учитывать следующие особенности «Игреков»:

- Ориентация на быстрый результат, неприятие долгосрочных целей;
 - Высокая ценность самореализации, содержания задач;
 - Стремление к развлекательной составляющей в любой деятельности;
 - Стремление к неформальному стилю общения, комфортному психологическому климату, свободному графику;
 - Собственные представления о своей карьере и месте в обществе;
 - Сильные мотивы к содержательности, интересности работы, умеренные – к деньгам.
- Какие приемы в управлении персоналом могут быть эффективны в соответствии с этими особенностями:
- Неформальный подход ко всему: от описания вакансии до оформления интерьера;
 - Свободный график. «Плавающее» в пределах 1-2 часов начало и окончание рабочего дня – уже отличное конкурентное преимущество;
 - Мелкое дробление целей, которые ставятся перед сотрудниками;
 - Подбор кандидатов на вакансию с повышенным вниманием к тому, что человеку будет интересно выполнять предлагаемую работу (иначе он просто быстро сбежит);
 - Корпоративные СМИ, порталы, группы в социальных сетях и любые другие средства, которые позволят сотрудникам ощущать себя «в обществе»;
 - Активное использование устного поощрения-благодарности [3].

Таким образом, сотрудник Y будет активно трудиться, если на предприятии организована четкая и интересная ему корпоративная культура, выделены миссии компании, ценности, традиции предприятия. Задачи необходимо ставить конкретно и четко, указывая нюансы задания.

Идеальными Y-компаниями на сегодняшний день можно назвать «Google», «Yandex», «Mail.ru» и другие крупные IT-компании, фотографии чьих офисов и рассказы о чьих мотивационных программах пользуются большой популярностью в сети – как у соискателей, так и у работодателей.

Зачем это нужно специалисту по человеческим ресурсам? Изначально термин «Human Resources» говорит о том, что на первом месте стоит человек. Фокус внимания в бизнесе смещается в сторону человеческого капитала. Именно он, а не материальные активы, становится главным богатством компании.

Кроме того, кадровый рынок входит в период активной борьбы за каждого соискателя. Чтобы выиграть ее, нужно предлагать лучшие условия талантливым сотрудникам из каждого поколения. Нельзя мерить все поколения по одной мерке — слишком разные у них представления о «работе мечты». «Теория поколений очень важна для понимания движущих факторов и мотивации работников» [2].

Также теория поколений помогает не только подбирать персонал для компании, но и консультировать самих сотрудников и соискателей. Рынок диктует свое, и в настоящее время «Y» легче найти работу своей мечты, так как они гораздо более адаптируемы, «X» же может понадобиться на это больше времени. Здесь основная задача рекрутера — обозначить кандидату его важность и индивидуальность, чтобы в случае отказа человек понимал, что дело может быть и не в нем, а в совокупности факторов и текущих условиях рынка. Ведь благодаря профессионализму рекрутера, кандидат может обратить свое внимание на другие направления, где, возможно, до этого он себя не видел.

Помимо этого, если условия диктует кандидат, то рекрутеру полезно разбираться в особенностях поколений и факторах мотивации каждого, чтобы легче «продавать» им компанию и вакансию.

Кроме того, применение теории поколений помогает выстроить корпоративную культуру компании. Последняя наиболее эффективна тогда, когда опирается на ценности работников того поколения, представителей которого в компании большинство. При этом, разумеется, не стоит игнорировать интересы остальных сотрудников.

В настоящее время среди актуальных драйверов развития социально ответственной практики все чаще отмечают и демографические изменения. К ним, прежде всего, относят рост численности населения (к 2030 г. население планеты достигнет 8,3 млрд человек, что потребует на 50 % больше энергии, на 40 % больше воды, на 35 % больше продуктов) и процесс смены поколений, когда на долю представителей поколений Y (миллениалы) и Z (центениалы) будет приходиться значительная часть экономически активного населения. Руководители крупнейших компаний мира включают демографические изменения в «тройку» главных мировых тенденций, которые окажут существенное воздействие на деятельность их компаний в течение ближайших 5–10 лет (уступая по значимости лишь факторам технологического прогресса и изменений в мировом раскладе экономических сил).

Исследования показывают, что представители поколений Y и Z в большей мере обеспокоены вопросами этики, устойчивого развития и социальной ответственности, чем их предшественники. Согласно данным Cone communications (2017), позицию о том, что компании должны участвовать в решении социальных и экологических проблем, полностью разделяют 94 % центениалов и 87 % миллениалов, отмечая среди наиболее важных темы борьбы с нищетой и голодом, охраны окружающей среды, защиты прав человека. Ценности бизнеса, которые обеспечивают его успешность, по мнению поколения Y, должны быть связаны с людьми – работниками, клиентами, местным сообществом, а не с максимизацией прибыли. Представители «новых» поколений учитывают ответственную практику при принятии решений о приобретении товаров и услуг, выборе своего места работы и

рекомендации компаний другим людям. Помимо того, что миллениалы и центениалы имеют достаточно высокие ожидания относительно деятельности компаний, они и сами стремятся вести себя социально ответственным образом, как самостоятельно, так и используя возможности, предоставляемые их работодателями [1].

Участие в «добрых делах» помогает им чувствовать себя способными влиять на окружающий мир. По данным глобального исследования Делойт (2017), охватившего 8000 миллениалов из 30 стран, большинство из них (около 77 %) так или иначе вовлечены в ответственную практику: проявляют активный интерес и отслеживают публикации, в том числе социальных сетях (40 %), являются волонтерами (30 %), вступают в различные движения / подписывают петиции или делают регулярные пожертвования (30 %), организуют сбор средств (23 %). Центениалы тоже занимают ответственную позицию и еще более активно обмениваются информацией в социальных сетях и поддерживают петиции против безответственных действий компаний. Однако данные опросов показывают, что поколение Z, скорее всего, будет участвовать в позитивных способах воздействия, не оказывая при этом открытого негативного давления на компании. Они менее склонны к бойкотам и протестам. Поколение Y в настоящее время начинает доминировать на рынке труда и вскоре достигнет пика своей активности. К 2020 г. около 50 % мировой рабочей силы будут составлять миллениалы. Большая часть представителей поколения Z – сейчас школьники и студенты. Они уже строят свои планы на жизнь и в ближайшем будущем присоединятся к старшим товарищам. К 2020 г. центениалы будут составлять 40 % от общего числа потребителей во всем мире. Миллениалы и центениалы являются самыми разнообразными поколениями в истории с точки зрения этнического происхождения, географии, языка, предпочтений в стиле жизни, цвета кожи, антропологических характеристик. Их ценности, знания и потребности трудно поддаются обобщению и классификации, тем не менее именно они будут определять окружающий нас мир на протяжении долгих лет и имеют существенное значение для будущего современных компаний.

Список литературы

1. Борзаков Д. В. Корпоративная социальная ответственность как область комплаенс-контроля в современной организации : обзор нормативно-правовой и институциональной базы / Д. В. Борзаков // Управление изменениями в социально-экономических системах : сб. ст. / [под ред. Ю. И. Трещевского, Г. В. Голиковой]. – Воронеж, 2016. – С. 36–46.
2. Никитина Л. М. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Л. М. Никитина, Д. В. Борзаков. – Ростов н/Д. : Феникс, 2015. – 445 с.
3. Чаплыгин С. Поколение Y : как с ними работать, чтобы не разочаровать ни себя, ни их / С. Чаплыгин // Акцион, управление и финансы.: <https://www.gd.ru/articles/8040-pokolenie-y>
4. Тулган Б. Люди на букву Y : вся правда о самом необычном поколении в истории человечества / Б. Тулган // Harvard Business Review. – Россия. – <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/p20171/>
5. The sustainability imperative. New insights on consumer expectations // Nielsen. – <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2015-reports/global-sustainability-report-oct-2015.pdf>
6. Демидов А. Глобальные тренды и российский потребитель – 2017 / А. Демидов //
7. GfK Rus. – https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2017/GfkGlobal-Russian-Trends_Sep_2017_Report.pdf
8. The 2017 Deloitte Millennial Survey. Apprehensive millennials: seeking stability and opportunities in an uncertain world//Deloitte.: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ie/Documents/Audit/ie-cons-millsurvey-2017.pdf>

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДОСТУПНОЙ СРЕДЫ В ИНКЛЮЗИВНОМ
ДИЗАЙНЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА
CASE STUDIES OF AN ACCESSIBLE ENVIRONMENT IN INCLUSIVE DESIGN
FOR THE PRODUCTION OF URBAN SPACE**

**Карпова Елена Григорьевна, Мишина Оксана Юрьевна
Karpova Elena Grigorievna, Mishina Oksana Uyrievna**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(pedagogikanet@yandex.ru)*

Аннотация: Для людей с особыми образовательными потребностями должны учитываться определенные условия, без которых обучение будет весьма затруднительным. Одно из важнейших и к сожалению часто не соблюдаемым условием является эргономически доступная среда.

Abstract: For people with special educational needs, certain conditions should be taken into account, without which training will be very difficult. One of the most important and unfortunately often not met condition is an ergonomically accessible environment.

Ключевые слова: образовательные потребности условия, эргономически доступная среда, инклюзивный дизайн, городское пространство.

Keywords: educational needs conditions, ergonomically accessible environment, inclusive design, urban space.

В настоящее время мировая практика все больше внимания уделяет инклюзивному образованию. Конвенция ООН о правах инвалидов от 13.12.2006 [4], ратифицированная РФ 03.05.2012, в статье 1 определяет людей с инвалидностью как лиц с устойчивыми физическими, психическими, интеллектуальными или сенсорными нарушениями, которые при взаимодействии с различными барьерами могут мешать их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими. Положения Конвенции обязывают страну, ратифицировавшую данный документ, предпринимать все надлежащие меры (в том числе законодательные) для предоставления возможности детям с инвалидностью обучаться в системе общего образования [5].

В настоящее время проблемы доступной среды в инклюзивном дизайне включены в социологические исследования города и модели социального развития современного общества, находятся на стадии формирования своих концептуальных оснований, приобретают междисциплинарный контекст и глобальную научно-практическую значимость. Актуализация исследований такого рода подтверждается обострившимися проблемами российских мегаполисов, острой необходимостью выработки новых кодов развития городов, процедур регуляции социопространственных отношений с учетом индивидуальных потребностей горожан и в контексте повышения качества жизни [1].

Фундаментальное основание для изучения социальных проблем инвалидности в русле городской социологии задано необходимостью определения ключевых тенденций построения социального пространства города как поля, где повышается ценность человеческой личности, и неизмеримо возрастают её требования к среде обитания, социальной политике, возможностям передвижения, получению информации, активной независимой жизни в любом возрасте и состоянии. Принцип доступности городской среды в инклюзивном дизайне, рассмотренный в русле социологии города, служит предпосылкой формирования кардинальных изменений процессов конструирования российских городов, связанных с гуманизацией социальных отношений и ратификацией ряда ключевых международных документов и Федерального закона «О социальной защите инвалидов РФ» [2; 3].

Важный ракурс исследования особенностей рынка для лиц с ограниченными возможностями здоровья в социальном пространстве города оформлен дискуссией о городском пространстве – иерархизированном, полном разнообразной социальной активности, трансформирующемся в ходе исторического времени и смены политических формаций. М. Вебер, В. Зомбарт и О. Шпенглер интерпретировали эволюцию современного рынка, во многом представляя ее как историю становления городского образа жизни [7; 9]. Особую ценность обретают работы Г. Зиммеля, которые дают основание рассматривать социальное пространство как форму совершения событий в мире; одно из качеств взаимоотношений людей в пространстве города он определяет как «блэзириванность» – неспособность современного горожанина эмоционально реагировать на каждого человека, с которым он вступает в контакт. Изучение зависимости внешних факторов на степень блэзириванности населения встречается в теории «социального пространства, пространства потоков и пространства мест» М. Кастельса, который описывает пространство не как отображение общества, а как его выражение [10]. Каждое взаимодействие целенаправленно, потому может быть тематизировано или аналитически расчленено на определенные аспекты.

В современной ситуации модернизации городской среды в контексте формирования ее доступности, как требуют ратифицированные и запланированные к ратификации Российской Федерацией международные документы, существуют явные противоречия между декларируемыми целями государственной социальной политики и механизмами их реализации на практике. Отсутствие принципов особенного рынка как мейнстримной стратегии значительно снижает, а порой искажает социальный эффект государственной политики социального развития, приводит к деформации ее функций, отражаются в подмене реальных стратегий преодоления социальной эксклюзии людей с ограниченными возможностями здоровья новыми сервисами и услугами, а порой и малоэффективными проектами со стороны органов социальной защиты [7].

Социологическое прочтение города актуализирует понимание социальной дифференциации и роли рынка доступного дизайна, которое сегодня слабо влияет на градостроительные практики, а порой вовсе теряется в потоках стратификационной борьбы за экономический и социально-политический капитал. В доминирующих алгоритмах конструирования городских территорий не достаточно представлены интересы отдельного человека с его особенностями и индивидуальными различиями, наиболее остро это связано с нетипичностью.

В теоретическом и практическом смысле не достаточно осознана проблема особенностей современного рынка для инвалидов в контексте современной социальной политики и принципами инклюзивного дизайна. Конечно же, в этом вопросе важную роль играет и недостаточная компетентность, и информированность специалистов – современных архитекторов, градостроителей и обществоведов, ученых, исследующих социальные процессы и коммуникации, в вопросах создания инклюзивной городской среды, что нередко выражается в грубых нарушениях законодательства, отсутствии механизмов гражданского контроля над разработкой и производством городского пространства.

Концепция создания инклюзивного дизайна возникла еще во второй половине прошлого столетия, ее впервые сформулировал Селвин Голдсмит в книге «Проектирование для инвалидов». Одной из самых значительных его идей, воплощенных в жизнь является создание заниженного бордюра, считающегося теперь стандартным требованием организации архитектурной среды. Именно он придумал концепт «свободного дизайна», а затем эти термины стали известны как «инклюзивный» и «доступный дизайн». А вот термин «универсальный дизайн» впервые введен архитектором Рональдом Л.Мейсом, чтобы описать понятие проектирования любых продуктов и среды с позиций эстетики и доступного использования. Итак, что же в наше время подразумевается под этими терминами.

«Доступный дизайн» – это простое, прямое и быстрое взаимодействие между пользователем и интерфейсом, созданное для людей с ограниченными возможностями. Такой подход – часть инклюзивной дизайн-стратегии [2].

Универсальный дизайн в свою очередь, выполняет не много другую функцию, это дизайн и производство продуктов, объектов и услуг, которыми могут в полной мере пользоваться не только люди с ограниченными возможностями здоровья и пожилые люди, но и все категориями населения. Это широкий спектр идей по созданию доступной среды без необходимости специальной адаптации. Под созданием среды подразумевается строительство зданий и сооружений с учетом их безопасной и удобной эксплуатации, производство товаров и предоставление услуг. Примером могут служить удобные съезды и пандусы, специальные автобусы, наклоняющиеся в сторону посадки пассажиров или оборудованные пандусами.

В настоящее время интерес к универсальному дизайну возрастает, так как у людей даже с тяжелыми врожденными дефектами и полученными травмами, благодаря современной медицине, увеличилась продолжительность жизни, появилась возможность активно участвовать в жизни общества. Универсальный дизайн становится неотъемлемой частью проектирования и создания товаров, технологий и услуг, что является одной из особенностей современного рынка.

Трансформация социальной, экономической и политической структур в России привела к существенным изменениям не только в поле социальной политики инвалидности, но и в пространстве российских городов, что вызывает заинтересованность в теоретической рефлексии и методологической разработке новых подходов к изучению проблем конструирования социального гражданства людей с ограниченными возможностями.

Государственная программа Российской Федерации «Доступная среда» на 2011 – 2020 годы ставит перед собой следующие цели: формирование к 2016 году условий беспрепятственного доступа к приоритетным объектам и услугам в приоритетных сферах жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп населения; совершенствование механизма предоставления услуг в сфере реабилитации и государственной системы медико-социальной экспертизы [1; 6].

Для людей с особыми потребностями должны учитываться определенные условия, без которых обучение будет весьма затруднительным. Одно из важнейших и к сожалению часто не соблюдаемым условием является эргономически доступная среда. Термин «доступная» или «безбарьерная» среда упоминается во многих законодательных актах. Этот термин применяется к элементам окружающей среды, в которую могут свободно заходить, попадать и которую могут использовать люди с физическими, сенсорными или интеллектуальными нарушениями. Первоначально это выражение использовалось для описания зданий и компонентов, которыми могли пользоваться люди, использующие инвалидную коляску. Однако впоследствии в определение были включены стандарты, которые подходили людям с другими видами инвалидности. В широком смысле, безбарьерный, или доступный дизайн - это дизайн, который создает наиболее легкие и безопасные условия для наибольшего числа людей и способствует их независимому образу жизни. Инклюзивный рынок дизайна может развиваться только в том случае, если объекты всех индустрий станут отвечать принципу «доступно и удобно для всех»: от первого чертежа до офиса или сайта, где предстоит купить этот товар. В свою очередь основным направлением взаимодействия по обеспечению доступной среды жизнедеятельности инвалидов должно стать применение системного, программно-целевого подхода к решению проблем, с объединением усилий органов власти и учреждений различной ведомственной принадлежности.

Трансформация социальной, экономической и политической структур в России привела к существенным изменениям не только в поле социальной политики инвалидности, но и в пространстве российских городов, что вызывает заинтересованность в теоретической рефлексии и методологической разработке новых подходов к изучению проблем конструирования социального гражданства людей с ограниченными возможностями.

Таким образом, сегодня главный код современного рынка и производства дизайнерских услуг, позволяющий максимально полно реализовывать гражданские права всех социальных групп, сопряжен с концепцией инклюзивного дизайна, где «инклюзивный

дизайн» – дизайн, разработанный под потребности человека, интерфейс, который легко подходит разнородной группе людей с различными характеристиками и особенностями. У всех людей отличаются возраст, пол, язык, на котором они говорят, условия среды, в которой они обитают. Некоторые ограничены в доступе к технике, в количестве времени и денег. Инклюзивность делает дизайн доступным и удобным для каждого и в основу положена идея экологической и социальной справедливости. А значит, для полного формирования особенностей рынка дизайнерских услуг для лиц с ограниченными возможностями здоровья нужно лишь учесть все индивидуальные потребности людей, которые нуждаются в удобном рынке инклюзивных услуг и товаров.

Список литературы

1. Акатов Л.И. Социальная реабилитация детей с ограниченными возможностями здоровья. Психологические основы: Учеб. пособие / Л.И. Акатов – М.: Гуманит. издат. центр ВЛАДОС, 2016. – 368 с
2. Мишина О.Ю. Проблема исследования доступной среды в инклюзивном дизайне: тезисы / 71-я внутривузовская научная конференция «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР - 2019)». РГУ им. А.Н. Косыгина, 2019.
3. Федеральный закон № 181 от 24.11.95 «О социальной защите инвалидов РФ». URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 03.09.2018).
4. Конвенция ООН о правах инвалидов от 13.12.2006, ратифицированная РФ 03.05.2012: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml.
5. Декларация ООН о правах инвалидов: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/disabled.shtml.
6. Государственная программа «Доступная среда» – <http://zhit-vmeste.ru>.
7. Седых О.Г. Проблемы формирования безбарьерной среды для людей с ограниченными возможностями / О. Г. Седых, В. А. Ковтун // Baikal Research Journal. 2015. Т. 6, № 4. URL: <http://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=20279> (дата обращения: 20.11.2018).
8. Sombart W., Weber M., Jaffe E. Geleitwort // Archiv fur Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, 2008. P. I—VII. URL: <https://archive.org/details/archivfrsozialw00ledegoog/page/n10> (дата обращения: 04.09.2018).
9. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории: в 2 т. М.: Юрайт, 2018. Т. 1. Гештальт и действительность. С.157.
10. Kastel's M. Informacionnaja jepoha: jekonomika, obwestvoikul'tura. M.: GU-VShJe, 2000. 608p.

УДК 316.4.066

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ АДАПТАЦИИ МОЛОДЕЖНЫХ КОГОРТ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ SOCIOLOGICAL RESEARCH METHODS FOR ADAPTING YOUTH COHORTS TO IMPROVE EFFICIENCY IN THE MANAGEMENT SYSTEM

**Карпова Елена Григорьевна, Сонов Иналь Валерьевич
Karova Elena Grigorievna, Sonov Inal Valerievich**

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(pedagogikanet@yandex.ru)*

Аннотация: Социологический подход к сущности процесса социальной адаптации предполагает рассмотрение различных объективных и субъективных аспектов приспособления индивида или группы к динамичным условиям социальной среды.

Abstract: Sociological approach to the essence of the process of social adaptation involves

the consideration of various objective and subjective aspects of the adaptation of an individual or group to the dynamic conditions of the social environment.

Ключевые слова: социологический подход, процесс социальной адаптации, объективные и субъективные аспекты, динамичные условия социальная среда.

Keywords: sociological approach, the process of social adaptation, objective and subjective aspects, dynamic conditions, social environment.

Проблема социальной адаптации молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления в современном российском обществе вызывает растущий интерес и выступает сферой научных интересов социологии, философии, медицины, психологии, педагогики и других наук. Социальная адаптация предполагает взаимодействие личности, общности, группы с обществом, его структурными и институциональными элементами. Адаптационные процессы составляют суть действенного механизма поступательного социального развития, согласования потребностей и интересов.

Социологический подход к сущности процесса социальной адаптации молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления предполагает рассмотрение различных объективных и субъективных аспектов приспособления индивида или группы к динамичным условиям социальной среды; повышенное внимание при этом уделяется различным сторонам адаптации – экономическим, социальным, культурным, коммуникативным. В данном ракурсе анализа одним из центральных элементов адаптационного процесса молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления выступает включение социального актора в систему норм, ценностей, идей новой социальной среды, устоявшихся в ней практик, форм социальных действий и взаимодействий. В центре внимания социологического подхода – широкий спектр социально обусловленных инструментов и факторов адаптационного процесса – социокультурных, социальных, коммуникативных, производственно-экономических.

С социологической точки зрения исследования молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления функционирование механизмов социальной адаптации необходимо анализировать, реализуя системные представления об обществе. При таком подходе адаптационный процесс молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления дифференцируется на ряд структурных элементов, представляющих собой как функциональное, так и дисфункциональное содержание.

Адаптационный процесс молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления – атрибутивная характеристика социальной системы. Однако востребованность социума в актуализации адаптационных процессов молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления значительно возрастает в периоды нестабильности, высоких скоростей социальных изменений. Именно такая ситуация складывается в трансформирующемся российском обществе начала XXI в., особенно в отношении подрастающего поколения - молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления, чей диапазон конвенциональных ролей только начинает формироваться, социальный статус в обществе характеризуется неустойчивостью, а само социальное развитие молодежи подвержено различным опасностям. Объясняется это особыми социально-возрастными, социокультурными и социально-психологическими характеристиками молодежи как молодёжной когорты для повышения эффективности в системе управления, рассматриваемыми нами в контексте общего кризиса социализации, нарастающих проблем основных агентов социализационного процесса (лабильное сознание, юношеский максимализм, склонность к радикальным, экстремальным действиям, незащищенность от агрессивного коммуникативного воздействия). Необходимо принимать во внимание тот факт, что молодежная среда неоднородна по своему составу, в ней выделяется несколько значительных по размеру групп, в том числе студенческая молодежь, которая может восприниматься как молодёжная когорта для повышения эффективности в системе управления [2].

Факт повышенного внимания к проблематике социальной адаптации студенческой молодежи, как молодёжной когорты, детерминирован несколькими факторами. В частности, студенты – это молодые люди, интеллектуальные и культурные характеристики которых существенно отличаются от основной массы молодежи; именно студенты на протяжении нескольких лет систематически повышают свой образовательный уровень. В этой связи вполне закономерной выглядит актуальность социологического анализа социальной адаптации молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления в частности, студенческой молодежи, которая связана с решающим этапом жизненного цикла, с формированием ценностных, мировоззренческих, идеологических основ личности студентов [1].

На современном этапе развития общества, сопровождаемого лавинообразным ростом информации, кардинально меняется место системы образования, призванной обеспечить высокий уровень владения знаниями и умениями, сформированность качеств личности, характеризующих готовность к инновационной профессиональной деятельности. Профессиональная подготовка и образование молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления, связаны, в том числе с актуализацией человеческого фактора и нацелены на формирование саморазвивающейся, самореализующейся и всесторонне развитой личности[5].

В условиях трансформирующегося общества изменяющееся социальное пространство жизнедеятельности молодёжных когорт, столкновение между потребностями, интересами, установками, требованиями, увеличение нагрузки, количества изучаемых предметов и т.д. вызывает у многих молодых людей потерю жизненных ориентиров, фрустрацию, стресс, а иногда и полную дезадаптацию.

В связи с этим в современных российских условиях особое значение приобретает необходимость раскрытия особенностей социальной адаптации молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления, а значит, студентов в вузе на этапе социально-профессиональной адаптации, выявления факторов, позитивно и негативно влияющих на данный процесс, а также разработка инструментальных механизмов социальной адаптации студенческой молодежи к среде вуза, поскольку результаты процесса адаптации являются необходимым условием функционирования устойчивой и органичной общественной системы, способной к динамичному развитию молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления.

Проблема социальной адаптации молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления находится в междисциплинарном поле научного познания. Социологический подход к исследованию социальной адаптации молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления предполагает системный макросоциологический анализ адаптационных процессов в широком социальном, социокультурном, цивилизационном контексте, учитывающий границы соприкосновения адаптационных и социализационных процессов. Этот подход диктует необходимость изучения факторов, влияющих на адаптационные процессы молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления, а также причинно-следственных связей между социально-политической, социально-экономической, социокультурной обстановкой и адаптационными процессами молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления. Реализация социологического подхода к адаптации молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления диктует необходимость многоуровневой дифференциации объекта анализа, его типологизацию и спецификацию. Именно поэтому социологи обращают внимание не только и не столько на адаптацию общества в целом, сколько на адаптацию социальных групп, слоев, общностей, классов в конкретных социально-исторических и цивилизационных условиях [6].

Проблемы современного российского студенчества как молодёжной когорты для повышения эффективности в системе управления детерминируются комплексом объективных и субъективных факторов. К числу объективных относятся те, которые связаны

с общим кризисным состоянием социума, института высшего образования, других институтов и подсистем, непосредственно влияющих на молодежную когорту. Также не стоит забывать об общем социокультурном, мировоззренческом, идеологическом кризисе российского общества, «массовизации» доминирующей культуры, тенденциях к криминализации, что в совокупности создает отрицательный фон для интеллектуальной элиты, научного творчества, снижает мотивацию молодого человека к себе и последующей работе по специальности. К числу субъективных факторов целесообразно отнести общие социально-возрастные проблемы современной российской молодежи как молодёжной когорты для повышения эффективности в системе управления: несформированность конкретных жизненных планов и неопределенность в выборе социальных ролей и интересов как объективные условия взросления; эмоционально-чувственное мировосприятие, юношеский максимализм и иррациональное поведение; неустойчивое социальное положение, осложняющееся кризисом на рынке трудоустройства (особенно для выпускников социально-гуманитарных профессий) [3].

Кризисное состояние современного института высшего образования в России с неизбежностью актуализирует риски и дезорганизационные тенденции, непосредственно влияющие на студенческую молодежь как молодёжную когорту в том числе для повышения эффективности в системе управления. Российское студенчество находится в центре социальных противоречий, обусловленных трансформациями основных социальных институтов и подсистем образовательной среды. В сложившихся условиях неопределенности и риска реформирующегося общества адаптация молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления выступает одним из инструментов преодоления системных социальных проблем, обусловленных как субъективными факторами существования студенческой молодежи, так и объективным, кризисным состоянием института высшего образования. Адаптационные механизмы, функционирующие в настоящее время в студенческой среде, позволяют преодолевать негативные социальные последствия, непосредственно связанные с дезорганизацией института высшего образования [3].

В рамках рассматриваемого социологического подхода – широкий спектр социально обусловленных инструментов и факторов адаптационного процесса – социальных, коммуникативных, производственно-экономических. Проведенное исследование социального самочувствия студентов первого выпускного курсов показало, что большинство из них отличается позитивным социальным самочувствием. Это отражается в ряде комплексных показателей оценки (удовлетворенность работой, доходом, жильем, досугом, взаимоотношениями и пр.). Вместе с тем существует немалая доля участников исследования, кто демонстрирует скорее негативное социальное самочувствие, эти молодые люди не адаптировались к студенческой жизни, испытывают проблемы. У незначительной части студентов наблюдаются признаки негативного социального самочувствия, однако их доля достаточно невелика (порядка 5 %, что соответствует размерам статистической погрешности). Полученные результаты демонстрируют значительную дифференцированность студенчества по ряду социально значимых признаков, что, в свою очередь, актуализирует проблематику сегментации студенческой среды как молодёжной когорты, выделения ряда основополагающих кластеров, более «тонко» и с другим уровнем чувствительности характеризующих современную ситуацию в студенческой среде [4].

Студенческая молодежь как молодёжная когорта выступает особым объектом эмпирического социологического анализа. Ее качественные характеристики во многом вытекают из социально-демографических, социально-психологических и социокультурных признаков молодёжной возрастной когорты, интегральной частью которой они являются. В этой связи становится очевидной проблема качества получаемой социологической информации, характеризующей студенческую молодежь. Данная проблема репрезентируется в трех аспектах: во-первых, непосредственные контакты социолога-исследователя с представителями студенческой молодежи чреваты различными искажениями информации; во-вторых, сложность «перевода» программных документов эмпирического анализа на язык

молодых респондентов детерминирует системную научную задачу, суть которой заключается в хроническом ненахождении оптимального баланса между рационально-логическим социологическим мышлением исследователя и эмоционально-чувственной природой его молодых «подопечных»; в-третьих, обостряются методические и методико-процедурные противоречия, связанные с допустимой глубиной использования математических и статических методов обработки и анализа первичной информации [5].

Выявление факторов, влияющих на социальную адаптацию студенческой молодежи как молодёжную когорту, имеет существенное значение для процесса эффективного управления социально-профессиональной адаптацией студентов в вузе, так как только целенаправленное управленческое воздействие на эти факторы позволит максимизировать эффективность всего процесса адаптации. В целях осуществления научно обоснованного, результативного эмпирического социологического анализа факторов социальной адаптации студенческой молодежи как молодёжной когорты необходимо применять различные вариации метода опроса. В настоящее время в целях повышения эффективности эмпирического исследования проблемы социальной адаптации рекомендуется активно внедрять математические и статистические модели (на основе современного компьютерного программирования), позволяющие оптимизировать процесс верификации получаемых данных. Именно в этих действиях, по нашему мнению, кроется нереализованный потенциал конкретной социологии для изучения молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления.

В современном российском обществе актуальны следующие направления активизации условий, способных обеспечить процесс адаптации молодёжных когорт для повышения эффективности в системе управления:

- актуализация личностно-профессионального потенциала студентов посредством использования комплекса педагогических средств, интегрирующих влияние окружающей среды и собственную мотивацию обучающегося;
- обеспечение активного вовлечения студентов в различные виды социально-культурной деятельности в вузе, поощрение инициативы, расширение сферы интересов и потребностей, стимулирование приобретения дополнительных компетенций, привлечение к работе в органах самоуправления, к реализации оригинальных творческих проектов;
- стимулирование диверсификации педагогического взаимодействия преподавателей и студентов в различных видах совместной деятельности.

Социологический мониторинг оптимально соответствует задачам всестороннего анализа социальной адаптации студенческой молодежи молодёжной когорты для повышения эффективности в системе управления. Динамический характер проблемы исключает применение однократного (разового) анализа, так как специфика адаптационного процесса репрезентируется во временном континууме. Управленческим структурам, работающим в тесном взаимодействии с социологами, необходимо получать оперативную информацию об изменениях в процессе социальной адаптации молодёжной когорты для повышения эффективности в системе управления, о факторах дезорганизации и дисфункциональности. Именно поэтому данное исследование является оптимальным способом установить обратную связь с объектом управления (студенческой молодежью), производить оперативные корректировки мероприятий руководства вузов, используя данные об их эффективности, получаемые от самих студентов как молодёжной когорты для повышения эффективности в системе управления.

Система мониторинга процесса социальной адаптации студентов как молодёжной когорты для повышения эффективности в системе управления включает также и способы решения типичных и уникальных проблемных ситуаций. Предлагаемая процессуальная модель мониторинга содержит в себе следующие интегральные элементы:

- направления воздействия с целью оптимизации процесса адаптации (на учебную среду, на организацию досуга, на коммуникативные навыки, на воспитание волевых качеств студентов);

- исследовательские и социально-инженерные механизмы реализации перспективных направлений повышения эффективности социальной адаптации;
- инструменты реализации механизмов социальной адаптации молодёжной когорты для повышения эффективности в системе управления [7].

Список литературы

1. Анисимова Т.Г. Выявление факторов-детерминант социальной адаптации студентов в вузе как условие эффективного управления // Образование и общество. 2016. Т.6. №8. С.52-57.
2. Асеев В.Г. Теоретические аспекты проблемы адаптации // Адаптация учащихся и молодежи к трудовой и учебной деятельности. – Иркутск, 2016.
3. Грядунов М.В. Специфика современной социализации студенческой молодежи в аспекте обновленных ценностей. – Научные труды МГУПИ. Сборник статей. 2017, вып. 12,
4. Моделирование и прогнозирование в управлении: методы и модели. М-лы междунар. н.-практ. конф. Орел: ОРАГС, 2007.
5. Сторожева Ю.А. Роль гендерных различий в профессиональном самоопределении студентов // Акмеология. 2017. № 5.
6. Шуметов В.Г. Прогнозирование социального поведения на региональном уровне: экспертные методы и системы. Орел: ОРАГС, 2017.
7. Яницкий М.С. Адаптационный процесс: психологические механизмы и закономерности динамики. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2018.

УДК 339. 138

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ К БРЕНДУ INFLUENCE OF MARKETING COMMUNICATIONS ON THE FORMATION OF THE CONSUMER'S RELATION TO THE BRAND

Усик Светлана Петровна
Usyk Svetlana Petrovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow

Аннотация: Рассмотрены основные современные маркетинговые коммуникационные инструменты продвижения, влияющие на формирование отношения потребителя к бренду. Определено, что к ним относятся: применение интерактивных технологий; применение SMM-инструментов; интеграция бренда в мессенджеры.

Abstract: The article considers the main modern marketing communication promotion tools that influence the formation of consumer attitudes to the brand. It is determined that these include: the use of interactive technologies; use of SMM tools; Brand integration in instant messengers.

Ключевые слова: продвижение бренда, маркетинговые коммуникации, интерактивные технологии, SMM-инструменты, мессенджеры.

Keywords: brand promotion, marketing communications, interactive technologies, SMM tools, messengers.

Следует понимать, что для поддержания твердой позиции бренда на рынке необходимо постоянно заниматься его продвижением. На высококонкурентном рынке необходимо продвигать даже устоявшийся бренд, чтобы сохранить долю рынка. Продвижение бренда необходимо для того, чтобы продвигать информацию, связанную с особенностями, ценами и специальными схемами бренда. Продвижение поможет отличать продукт, убеждая клиентов в уникальных особенностях бренда, создать и увеличить спрос на товар, стабилизировать

продажи, учитывая естественные, социальные или политические изменения. Для реализации продвижения бренда разрабатывается маркетинговая кампания продвижения. Именно она приводит бренд в соответствие с целевой аудиторией и поддерживает их связь с компанией.

Маркетинговая коммуникационная кампания продвижения бренда – это комплекс мероприятий, который направлен на конкретную аудиторию с целью заинтересовать и выгодно представить ей бренд, на поддержание связи компании с уже существующими и потенциальными клиентами, а также ориентирован на повышение узнаваемости бренда, поддержание его имиджа и достижение высоких рейтингов.

Проведя теоретический анализ отечественной и зарубежной литературы по проблеме сущности и основных этапов разработки маркетинговой коммуникационной кампании продвижения бренда, было определено, что для реализации продвижения бренда разрабатывается коммуникационная кампания продвижения, заключающаяся в построении комплекса мероприятий, направленных на конкретную аудиторию с целью заинтересовать потенциальных клиентов и выгодно представить бренд. Основными этапами разработки маркетинговой коммуникационной кампании продвижения бренда являются: анализ внешней среды, проведение сравнений маркетинговой активности бренда и его конкурентов, постановка целей и задач кампании продвижения, определение целевой аудитории, структуры кампании продвижения и разработка детального плана тактических мероприятий, установление бюджета, реализация коммуникационной кампании продвижения бренда и оценка ее эффективности.

Необходимо помнить, что основными компонентами стратегии продвижения являются реклама, личные продажи, связи с общественностью, стимулирование сбыта и прямой маркетинг. Разработку коммуникационной кампании продвижения бренда можно сравнить с разработкой рекламной кампанией, соответственно, и стратегию продвижения можно сравнить с рекламной. Ключевая цель стратегии продвижения заключается в расширении базы клиентов путем привлечения новых потребителей и повышения лояльности уже существующих.

Разработка коммуникационной стратегии продвижения бренда происходит на основе трех стратегий: маркетинговой, медийной и креативной. Особое значение сегодня имеет креативная стратегия продвижения. Если маркетинговая стратегия определяет ключевое послание бренда потребителю, медийная определяет каналы распространения информации, то креативная стратегия – нестандартные способы послания потребителю [9].

Креативная стратегия – это намеренный и стратегический подход, который компания использует при разработке и реализации шагов, которые обеспечат и поддержат рост бизнеса. Креативная стратегия – это стратегия, которая создается командой, обычно состоящей из копирайтеров, арт-директора и креативного директора. Эти профессионалы собираются вместе, чтобы создать стратегию, которая поможет кампании продвижения достичь определенных целей, поставленных брендом. Конечная цель креативной стратегии – получить по-настоящему ценные идеи, разработать креативную концепцию, чтобы создать что-то уникальное, бросающееся в глаза и отличающееся [7].

Креативная концепция – это формирование доступного, понятного и запоминающегося образа бренда, которого будет придерживаться компания во всех коммуникациях бренда с потребителем. Этот образ должен быть близок целевой аудитории, воздействовать на сознание потребителей, соответствовать их ценностям и отвечать на их потребности [10].

Анализ успешных коммуникационных кампаний продвижения отечественных брендов позволил определить наиболее приемлемые с точки зрения влияния на потребителя приемы, а именно: применение интерактивных технологий; применение SMM-инструментов; интеграция бренда в мессенджеры.

Интерактивность – это двухстороннее взаимодействие источника информации с ее потребителем в режиме реального времени. То есть это способность информационно –

коммуникационных систем реагировать в активном режиме на любые действия пользователя [4].

Разновидности интерактивных технологий:

1. Интерактивные витрины. Интерактивные витрины бывают сенсорными и проекционными. На проекционной витрине можно проигрывать красочные ролики. Интерактивные сенсорные витрины управляются простым прикосновением.

2. LED-экраны, шторы и гибкие шторы. LED-экран позволяет проигрывать любой видео-контент с компьютера. Экран устанавливается на фасады зданий, а также внутри помещений, где требуется красочное и яркое видеоизображение. Аналогом конструкции LED-экрана служит LED-штора. Она предназначена для большого расстояния до проекционной поверхности. Также существует гибкая LED-штора, которую можно снимать и транспортировать.

3. Туманные экраны. Туманные экраны представляют собой корпуса, которые крепятся к потолку или полу. Под воздействием пара, возникает изображение, которое проигрывается в воздухе.

4. Интерактивные полы и стены. В настоящее время любой пол или стена могут превращаться в огромный сенсорный монитор.

5. Интерактивные барные стойки. Существуют барные стойки с встроенным интерактивом. Здесь подразумевается внедрение определенной программы в стойку, с помощью которой можно будет развлекать посетителей.

6. Голограммы. 3D-голограммы позволяют создать точную копию вашего товара. Это небольшой куб, который размещает в себе голограмму товара, ничем не отличающаяся от оригинала.

Преимущества использования интерактивных технологий: достижение яркого эмоционального эффекта; привлечение и вовлечение потенциального потребителя в активный процесс взаимодействия; гарантия на глубинное запоминание; обеспечение длительного контакта с брендом; достижение устойчивой лояльности; стимулирование активности аудитории.

Интерактивные технологии применяются: в выставочной деятельности при оформлении экспозиционного пространства, при проведении конференций, промо-акций и презентаций, для изучения контента и удобства навигации в галереях, музеях, на выставочных экспозициях, а также в сфере развлечений. Таким образом, применение интерактивных технологий считается идеальным средством для демонстрации ключевых преимуществ бренда [5].

Применение SMM-инструментов – способ, который становится сегодня невероятно востребованным. Чтобы добиться успеха в продвижении через социальные сети, нужно разбираться в современных SMM-инструментах и понимать, какой из них будет лучше и выгоднее работать для бренда в выбранной для продвижения социальной сети.

Маркетинг в социальных сетях (SMM) – это вид интернет-маркетинга, который использует преимущества сайтов социальных сетей в качестве инструмента продвижения, тем самым увеличивая трафик и изучая реакции пользователей. Основная цель SMM – создавать контент, которым пользователи будут делиться в своей социальной сети, что повышает узнаваемость бренда и расширяет охват клиентов [6].

Основные современные SMM-инструменты:

1. Контент-маркетинг. Контент – это качественная, полезная информация, которая передает историю, представленную в контексте, имеющем отношение к контексту, с целью привлечения к участию. Контент считается основой всех SMM-инструментов. Именно поэтому от качества контента зависит работа SMM-инструментов и успех всей коммуникационной кампании продвижения бренда. Чем лучше контент, тем дешевле и лучше будут работать и другие инструменты SMM [8].

2. Управление сообществом. Управление сообществом или модерация – это в первую очередь общение с потенциальными или существующими клиентами. Модератору

необходимо вовремя и грамотно обрабатывать вопросы и негативные комментарии пользователей. В процессе общения нужно стремиться к двусторонней коммуникации и стимулировать пользователей к обсуждениям для поддержания активности в группах.

3. Работа с блогерами. Сегодня блогеров можно считать отдельным инструментом продвижения бренда, а сотрудничество с ними смело определить трендом рекламного рынка. Основное преимущество сотрудничества с блогерами заключается в том, что они имеют свою аудиторию, которая им доверяет. Поэтому их по праву можно назвать лидерами мнений, с помощью которых можно реализовать цель кампании, создать или поддержать имидж бренда [2].

4. Органическая реклама или платный посев. Органическая реклама (платный посев) – это способ размещения контента в уже раскрученных пабликах и группах.

5. Офферы в ленте новостей Facebook. Офферы – это размещение различного рода купонов со скидками на продукты для подписчиков группы.

6. Виджеты. Виджет – это хороший визуальный инструмент интерфейса программы, который помогает получить оперативный доступ к любому стандартному действию.

7. Круговое продвижение. Когда уже есть какой-то развитый канал и необходимо запустить другой, то для продвижения второго можно использовать первый.

8. Конкурсы как инструменты SMM. Конкурсы в социальных сетях используются для привлечения внимания к бренду. Механика должна быть проверенной и понятной всем участникам, а приз интересен целевой аудитории.

9. Кросс-промо. Кросс-промо представляет собой договор об обмене рекламными пакетами с партнерами с похожей целевой аудиторией и примерно одного уровня брендом. После заключения договора проводится совместная рекламная акция [1].

10. Хэштеги. По #хэштегу можно показать весь контент социальной сети, отмеченный под этим хэштегом.

11. Видеотрансляции и эфемерный контент. Это передача видеосигнала с камеры устройства в прямой эфир в режиме реального времени.

12. Сноплет. Это определенный блок информации о странице сайта, которая отображается при размещении ссылки на него в социальных сетях и мессенджерах, а также в результатах поиска [3].

Таким образом, если бренд продвигается через социальные сети с помощью выбранных SMM-инструментов, идет привлечение целевой аудитории в группы и создается дополнительный качественный трафик на сайт, тем самым повышается лояльность к бренду.

Интеграция в мессенджеры – креативный способ, который все больше набирает обороты. Мессенджер представляет собой программу или универсальное приложение для мгновенной передачи цифровой информации с множеством функций и возможностей. Стоит сказать, что мессенджеры быстро завладели вниманием аудитории, стали одним из самых удобных средств связи для многих пользователей. Речь идёт о мобильных мессенджерах – WhatsApp, Viber, Telegram, FB Messenger, WeChat и других. Обычно люди пользуются не одним мессенджером, а несколькими.

Актуальность мессенджеров для выстраивания коммуникационной цепочки «бренд-потребитель» растет всё больше и больше. Сегодня мессенджеры используют не только для обмена сообщениями, но и для того, чтобы быть в курсе всех новостей, следить за новинками в сфере своих увлечений и за трендами в профессиональной среде. Для грамотного использования важно ориентироваться в том, какие рекламные форматы и модели оплаты доступны, под какие задачи и цели стоит планировать кампанию в мессенджерах.

Таким образом, грамотного сочетания маркетинговых коммуникаций и современных креативных способов донесения сообщения до потребителя делает кампанию продвижения бренда уникальной и особенной среди конкурентов, что позволяет формировать позитивное отношение потребителя к бренду, а позже сделает его лояльным.

Список литературы

1. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в сети. М.: Вершина, 2008. С. 64.
2. Дробо К. Секреты сильного бренда : Как добиться коммерческой уникальности. М.: Альпина Пабли., 2016. С. 87-95.
3. Инструменты SMM : Топ-15 – URL : <https://blog.statusbrew.com/instrumenty-smm/>
4. Интерактивные технологии в рекламе – URL : <http://3dday.ru/services/interactive-technologies/>
5. Интерактивные технологии в рекламе. Шаг вперед – URL : http://rsmj.ru/blog1/interaktivnyye_tehnologii_v_reklame_shag_vpered/
6. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций : теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a. М.: Юрайт, 2019. С. 33.
7. Поляков В.А., Романов А.А. Рекламный менеджмент. М. : НИЦ ИНФРА-М, 2018. С. 119.
8. Сенаторов А. Контент-маркетинг : Стратегии продвижения в социальных сетях. М. : Альпина Паблшер., 2018. С. 49.
9. Стратегия продвижения – URL : https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya_strategiya/strategiya_prodvizheniya/
10. Ткаченко Н.В., Ткаченко О.Н., Дмитриева Л. М. Креативная реклама. Технологии проектирования. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. С. 123.

Научное издание

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОСЫГИНСКИЙ ФОРУМ
«СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ ИНЖЕНЕРНЫХ НАУК»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СИМПОЗИУМ
«ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ
РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

Сборник научных трудов

Часть 2

29-30 октября 2019 г.

Технический редактор
Зернова Л.Е.

Подготовка макета к печати
Николаева Н.А.

Материалы публикуются в авторской редакции