МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ФОРУМ
ПЕРВЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОСЫГИНСКИЕ ЧТЕНИЯ – 2017

Тематика чтений

«СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ ИНЖЕНЕРНЫХ НАУК»

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

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

МОСКВА
11-12 ОКТЯБРЯ 2017 ГОДА

УДК 338.242
С 56

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.

ISBN 978-5-87055-533-1
ISBN 978-5-87055-536-2

В сборник включены научные статьи российских и зарубежных ученых, представленные на Форум, в которых рассматриваются вопросы экономических аспектов деятельности предприятий обрабатывающего комплекса, новые подходы к обеспечению высокой производительности труда на предприятиях, в том числе за счет повышения компетентности персонала, механизмы взаимодействия финансового сектора и бизнеса, обеспечение эффективной реализации концепции импортозамещения и стимулирования инновационной и инвестиционной деятельности предприятий, а также вопросы, касающиеся экономических и социально-психологических аспектов, повышающих эффективность управленческой деятельности предприятий промышленности и торговли.

Материалы сборника предназначены для преподавателей вузов, аспирантов, работников экономических и финансовых подразделений предприятий и организаций различных отраслей промышленности, торговли и предпринимательских структур.

ISBN 978-5-87055-533-1
ISBN 978-5-87055-536-2
УДК 338.242

© ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017
© Авторы статей, 2017
© Обложка. Дизайн. Денисов Д.А., 2017

ОРГАНИЗАТОРЫ МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ФОРУМА «ПЕРВЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОСЫГИНСКИЕ ЧТЕНИЯ «СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ ИНЖЕНЕРНЫХ НАУК»»

* Министерство образования и науки Российской Федерации;

* Министерство промышленности и торговли Российской Федерации;

* Российский Союз научных и инженерных общественных объединений;

* Российское химическое общество имени Д. И. Менделеева;

* Российская инженерная академия;

* Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство);

* Институт общей и неорганической химии имени Н.С. Курнакова РАН РФ;

* Национальный исследовательский университет «МЭИ»;

* Комитет Российского Союза научных и инженерных общественных объединений по проблемам сушки и термовлажностной обработки материалов;

* Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна;

* Ивановский государственный политехнический университет;

* Институт тепло- и массообмена имени А.В. Лыкова Национальной академии наук Беларуси;

* Всероссийское общество изобретателей и рационализаторов;

* Центр международного промышленного сотрудничества ЮНИДО в Российской Федерации.

Рабочие языки конференции:
русский и английский

Материалы публикуются в авторской редакции.

НАУЧНЫЙ ОРГКОМИТЕТ МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ФОРУМА «ПЕРВЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОСЫГИНСКИЕ ЧТЕНИЯ «СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ ИНЖЕНЕРНЫХ НАУК»»

Сопредседатели научного комитета Форума:

Ректор Российского государственного университета имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) профессор **Белгородский Валерий Савельевич;**

Президент Российского Союза научных и инженерных общественных объединений (РосСНИО), Президент Академии инженерных наук имени А.М. Прохорова академик РАН **Гуляев Юрий Васильевич;**

Директор Московской школы экономики МГУ имени М.В. Ломоносова, академик РАН **Некипелов Александр Дмитриевич;**

Президент Российского химического общества имени Д.И. Менделеева академик РАН **Цивадзе Аслан Юсупович;**

Президент Российской инженерной академии, чл.-корр. РАН **Гусев Борис Владимирович.**

Учёный секретарь научного комитета форума:

профессор РГУ им. А.Н. Косыгина **Кошелева Мария Константиновна** (моб. тел. 8 (926) 355 04 48, e-mail: oxtpaxt@ ya.ru).

Информационное обеспечение Форума на сайтах

http://www.mgudt.ru, http://drying-committee.ru

Научный комитет Форума

От России:

проф. Александров А.А. (Москва); член-корр. РААСН Алоян Р.М. (Иваново); проф. Белгородский В.С. (Москва); проф. Блиничев В.Н. (Иваново); проф. Вошкин А.А. (Москва); проф. Гаряев А.Б. (Москва); проф. Гальбрайх Л.С. (Москва); акад. РАН Гвишиани А.Д. (Москва); акад. РАН Гуляев Ю.В. (Москва); член-корр. РАН Гусев Б.В. (Москва); проф. Демидов А.В. (С-Петербург); проф. Дорняк О.Р. (Воронеж); проф. Дьяконов С.Г. (Казань); проф. Карташов Э.М. (Москва); проф. Кащеев О.В. (Москва); проф. Кобраков К.И. (Москва), проф. Кошелева М.К. (Москва); проф. Кричевский Г.Е. (Москва); проф. Кулов Н.Н. (Москва); акад. РАН Леонтьев Л.И. (Москва); проф. Мартынов И.А. (Москва); акад. РАН Мешалкин В.П. (Москва); проф. Мищенко С.В. (Тамбов); акад. РАН Некипелов А.Д. (Москва); проф. Остриков А.Н. (Воронеж); проф. Разумеев К.Э. (Москва); проф. Рудобашта С.П. (Москва); д.т.н. Секанов Ю.П. (Москва); проф. Ситцев В.М. (Москва); д.т.н. Сорочинский В.Ф. (Москва); проф. Таран А.Л. (Москва); акад. РААСН Федосов С.В. (Иваново); акад. АХ РФ Церетели З.К. (Москва); акад. РАН Цивадзе А.Ю. (Москва), член-корр. РАН Чилингаров А.Н (Москва), з.д.и. Юдашкин В.А. (Москва)

Международный:

prof. A. Akulich (Belarus); prof. P. Akulich (Belarus); prof. O. Alves-Filho (Norway); prof. P. Ditl (Czechia); NAS of Ukraine academician A. Dolinsky (Ukraine); Ph.D. D. Gehrmann (Germany); prof. T. Kudra (Canada); prof. N. Mihailov (Bulgaria); prof. A. Mudjumdar (Singapore); prof. F. Rieger (Czechia); prof. G.D. Saravacos (Greece); NAS of Ukraine corresponding member Yu. Snezhkin (Ukraine); prof. Li Zhanyong (China)

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБРАБАТЫВАЮЩЕГО КОМПЛЕКСА…… **12**

Ф.А. Мамедов
ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ МЕТОДОМ ДИНАМИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ……. 12

А.В. Генералова, И.А. Дружинина
ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АЛЬЯНСА… 14

А.В. Кравченко, А.В. Генералова
ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ……... 18

Е.Г. Свищева, В.С. Белгородский, А.В. Генералова, О.И. Седляров
ОБЗОР БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТЫХ ЦИКЛОВ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ…… 23

Е.С. Ерохин, Л.Е. Зернова
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИИ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ……. 29

Т.В. Малышева
ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ НА РАЗЛИЧНЫХ СТАДИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ……..... 32

В.К. Егорова
ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ БЕЛАРУСИ…….. 36

Г.С. Исааков
СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ЛОГИСТИКЕ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ……. 40

С.А. Першукова, Р.В. Политова
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СТРУКТУРИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ……. 44

С.В. Фролова, Ю.Д. Ахтарова
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНЫ НА ПРОДУКЦИЮ НЕФТЯНОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ…….. 47

О.В. Кащеев, В.А. Афанасьев, А.С. Гусарова
ПРОМЫШЛЕННИКИ И ИНСТИТУЦИОНАЛИСТЫ: НЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ, А СОТРУДНИЧЕСТВО…… 51

СЕКЦИЯ 2.
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И БИЗНЕС ПРОЦЕССАМИ. МАРКЕТИНГ…… **54**

С.Г. Радько, С.Г. Дембицкий
ИЗМЕРЕНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА…… 54

В.И. Сарченко, Г.Ф. Староватов
НОВЫЕ ПОДХОДЫ К МОТИВАЦИИ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА.... 58

В.А. Пурыскина, С.Г. Радько
РАЗВИТИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА И ВЫДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ….. 63

А.П. Антонов, И.А. Дружинина
ВЗАИМОСВЯЗЬ ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ С ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ЕЁ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ…….. 65

Е.А. Белякова, Р.Р. Сафин, В.В. Губернаторов, А.Е. Воронин
ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА МЕБЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ…….. 69
Л.Е. Зернова
ПРИМЕНЕНИЕ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ CAMEL ДЛЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ……... 72
Ильина С.И.
ПОИСК ЗОН ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ С УЧЕТОМ МОБИЛЬНОСТИ АССОРТИМЕНТА…… 74
Н.М. Квач, А.В. Силаков
УПРАВЛЕНИЕ РИСКОВЫМИ СИТУАЦИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ…… 77
П.А. Севостьянов, В.И. Монахов, К.В. Ордов
СИСТЕМНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ И ПРОЕКТОВ……..... 80
Е.А. Пришляк
ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ……. 83
Н.С. Иващенко
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА»……..... 87
Ю.В. Луковкина, Д.Б. Шальмиева
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ УВЕЛИЧЕНИЯ КАПИТАЛИЗАЦИИ БРЕНДА…….. 91
И.М. Гаврилова, А.А. Ордынец
МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФИНАНСОВЫХ СТРУКТУР И МАЛОГО БИЗНЕСА…… 96
С.С. Репин
ОБРАЗОВАНИЕ И ФОРМЫ ЗЕМЕЛЬНОЙ РЕНТЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 99
Н.Ф. Голованова, А.А. Голованов
МЕТОД ОБЪЕКТИВНОГО МАТЕМАТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА В РАМКАХ ТЕОРИИ СТАТИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ……... 102
С.С. Репин
КРУГОВОРОТ ПРОМЫШЛЕННОГО КАПИТАЛА……. 106
Е.А. Сотскова, О.П. Сотскова
БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ТРИКОТАЖНОЙ КОМПАНИИ……... 108
О.Н. Баранова
ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА САМООБСЛЕДОВАНИЯ В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ……... 111

СЕКЦИЯ 3.
ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ…….... **116**

С.Г. Дембицкий, О.Н. Зотикова
ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫПУСКА ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ ПРОДУКЦИИ……... 116
Н.Т. Сулейманов
КРЕДИТОВАНИЕ ПОД ЗАЛОГ ПРАВА НА ОБЪЕКТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, КАК МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИКОЙ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ……... 121

М.И. Беркович, А.В. Карпова
ПРОЦЕССЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ…… 126
В.П. Дудяшова
ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА……... 130
Х.Ф. Мамедова, Ф.А. Мамедов
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО БИЗНЕСА АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ……. 134
Т.А. Лачинина, М.Ю. Казаков, М.С. Чистяков
ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА КАК ТРЕНД ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЪНКТУРЫ……. 137
Н.А. Зайцева
МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИЙ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В РАМКАХ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КВАЛИФИКАЦИЙ…….. 142
Л.И. Черникова, Г.Р. Фаизова
ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ РФ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН……... 146
Г.Б. Полисюк
МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ, КАК ИНСТРУМЕНТ УНИФИКАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ... 148
Г.Ю. Волкова, Н.В. Волкова
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ДРАЙВЕР РОСТА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ……... 151
Н.А. Виноградская
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОМПАНИИ КАК ДРАЙВЕР РОСТА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ…….. 155
А.Д. Елеукулова
К ВОПРОСУ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА КАЗАХСТАНА В РАМКАХ ТРАНСФОРМАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ОТРАСЛЬЮ… 160
Л.Г. Кудрявцева
ИННОВАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ……... 165
Е.Н. Лебедева
АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ……... 168
А.А. Ларионова
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ХИМИЧЕСКИХ ВОЛОКОН И НИТЕЙ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ…… 171
С.П. Ливадина
НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ……... 174
О.С. Оленева, И.В. Рыбаулина, Н.Г. Мошкало
ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ, ТВОРЧЕСКОЙ И НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ……... 178
М.В. Тебенихина
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ……. 181

В.П. Титов
ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И УПРАВЛЕНЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ДИЗАЙНА……. 183
А.В. Генералова, И.В. Андросова
«ФИНАНСОВАЯ ГЛУБИНА» КАК ИНДИКАТОР ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ…… 188
Е.В Быкасова., Е.В. Бурденко
АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ……... 192
Л.М. Корчагина
СОСТАВЛЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ, КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО КАПИТАЛА……..... 198
О.Н. Зотикова, Р.Г. Зайнулин
ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА ОРГАНИЗАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ…… 201
О.Н. Ковалева, О.Н. Зотикова
ФОРМЫ ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИИ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ……. 204
Т.В. Агафонова
ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИРОВАНИЯ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ…….. 208
В.Ф. Кузин, Т.А. Лачинина, Е.А. Скоробогатова
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ…….. 211
СЕКЦИЯ 4.
«ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ»…….. **217**
И.В. Антоненко
ДОВЕРИЕ В ПРОЦЕССАХ ДЕЛОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ……. 217
Н.Н. Губачев
ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ…… 221
В.В. Зотов
ГАРМОНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ И ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ С УЧЕТОМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ…… 225
И.Н. Карицкий
ПСИХИЧЕСКИЕ СОСТОЯНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ УПРАВОЕНЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ И ОБУЧЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ РЕФЛЕКСИВНЫМ ПСИХОТЕХНОЛОГИЯМ САМОРЕГУЛЯЦИИ…… 229
Е.В. Мореева
ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЛИБЕРАДИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ…….. 234
А.В. Никольская
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ АДАПТАЦИИ ИНВАЛИДОВ К ТРУДОУСТРОЙСТВУ НА СВОБОДНОМ РЫНКЕ ТРУДА……... 238
А.Е. Попел
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ СИСТЕМЫ

КОНТРОЛИНГА В ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ……. 242
И.В. Ягодовская
ИСТОРИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБРАЗОВ ПРИРОДЫ В ОДЕЖДЕ……. 247
С.И. Бухкало, О.И. Ольховская
ВОЗМОЖНОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ……. 250
Д.А. Динец
КРИТИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ.. 254
С.С. Кудрявцева
ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ТРОЙНОЙ СПИРАЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ…….. 258
А.А. Булков
ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ТРАДИЦИИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ…… 262
А.А. Булков, Ю.Ю. Перелейвода
УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ……. 266
А.А. Булков, А.А. Полонеева
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ РЕКЛАМЫ МОДНОГО ПРОДУКТА В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ……... 270
А.А. Булков, Т.Н. Совальскова
ТЕХНОЛОГИИ МАССОВОЙ РЕКЛАМЫ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ…. 274
Н.И. Ингман
ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РИСКА БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИИ. 278
Н.В. Калинина, И.В. Калинин
КОМАНДА РУКОВОДИТЕЛЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ: ПОДБОР БЛИЖАЙШЕГО ОКРУЖЕНИЯ…… 281
Е.Г. Карпова, А.В. Хорева
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕРЕЗ РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИНТЕРЕСА…… 285
Е.Г. Карпова, Ю.С. Шапошников
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ……... 289
Е.Г. Карпова, А.Н. Кугушева
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕРЕЗ РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА……... 292
Е.Г. Карпова, И.Ю. Бабушкин
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ПРИВАТИЗАЦИИ……. 297
А.А. Костригин
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СФЕРЕ МОДЫ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ…….. 301
М.В. Ливанский
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ ИННОВАЦИЯМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ……... 304
В.В. Филатов, С.А. Лочан, Д.С. Петросян
РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ КАК ФАКТОР

ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ……. 308
О.В. Одинцова, А.А. Одинцов
О СИМВОЛИЧЕСКОМ В РЕКЛАМНОМ ВЛИЯНИИ…….. 310
Д.С. Петросян
ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕГИОНА……. 314
К.А. Темирева
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ……. 319
В.В. Тимохин, Е.А. Степанова
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИГРЫ В ТРЕНИНГОВОЙ РАБОТЕ С СОТРУДНИКАМИ КРУПНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ – МЕХАНИЗМЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ……. 322
С.П. Усик
МЕДИАБАИНГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ…… 325

СЕКЦИЯ 1.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБРАБАТЫВАЮЩЕГО КОМПЛЕКСА

УДК 687.015

ПРОЕКТИРОВАНИЕТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ МЕТОДОМ ДИНАМИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ
DESIGNING OF TECHNOLOGICAL PROCESS OF GARMENTS BY THE METHOD OF DINAMIC PROGRAMING

Физули Азиз оглы Мамедов
Fizuli Aziz Mamedov

Азербайджанский технологический университет, Азербайджан, г. Гянджа
Azerbaijan Technological Univercity, Azerbaijan, Candja
(e-mail: fizuli.ekonomist@gmail.com)

Аннотация: В данной работе рассматриваются задачи поиска оптимального варианта изготовления одежды по заданным исходным технологическим последовательностям: конструкция изделий, виды применяемых материалов, технологическая обработка и оборудование на использование математических методов.

Abstract: In the work the objective of obtaining the optimum variant of uniform timemanufacturing by dynamic programming method according to the initial data of technological processes: design of the package of product materials, kind of applied material, technological process and equipment are given.

Ключевые слова: технологический, производство, динамический, программирование, швейный, вариант.

Keywords: technological, manufacturing, dynamic, programming, clothes, variant.

Реализация требований потребителя требуемого уровня качества изделия должна быть осуществлена с учетом обеспечения необходимого уровня производительности труда. Практически на предприятиях нет одинаковых технологических процессов, изготовляющих тот же ассортимент одежды. Такое положение приводит к различным затратам труда и материалов.

При проектировании технологического процесса производства такой одежды необходимо обеспечить выполнение следующих технико-экономических показателей:

$$\Pi_n = O - C_n \geq \Pi_0 > \Pi_C \qquad (1)$$

$$\text{или } P_n = \frac{\Pi_n}{C_n} 100 > P_C,$$

где Π_n – прибыль после внедрения мероприятий, Π_0 – средний размер прибыли, который намечено получить в результате реализации мероприятий, Π_C – прибыль до осуществления проектируемых мероприятий, O – оптовая цена изделия, C_n – себестоимость изделий при проектируемой технологии, P_C – рентабельность до осуществления проектируемых мероприятий, P_n – рентабельность после внедрения мероприятий.

Вместе с тем затрата времени на изготовление изделия не должна превышать установленного (нормируемого) показателя, например, среднеотраслевого значения для рассматри-

ваемого вида изделия или значения, установленного плановым заданием для конкретного предприятия

$$T_n \leq T_0, \tag{2}$$

где, T_n – затраты времени при проектируемой технологии,

T_0 – нормируемый уровень затрат времени при изготовлении изделия.

Таким образом, задача выбора оптимального значения стоимости и трудоемкости в указанных интервалах в общем случае может быть сведена к компромиссу между величинами *C* и *T*.

Оптимизационная задача синтеза технологического процесса изготовления изделия в целом из допустимых вариантов обработки может быть записана в двух вариантах (постановках).

Если оптимизировать технологию изготовления изделия в условиях массового производства по критерию затрат С, то условие оптимизации можно записать в виде

$$\sum_{i=1}^{n} a_{ij} C_{ij} \rightarrow \min \text{ при ограничении}$$

$$\sum_{i=1}^{n} a_{ij} T_{ij} \leq T_0, \tag{3}$$

где C_{ij} - стоимость изготовления i-го варианта j-ой операции

$$a_{ij} = \begin{cases} 1, & \text{если выбран } i\text{-й вариант} \\ 0, & \text{в противном случае} \end{cases}$$

Если в качестве критерия оптимальности принимается затрата времени на изготовление изделия, то условие оптимизации перепишется в виде:

$$\sum_{i=1}^{n} a_{ij} T_{ij} \rightarrow \min \quad \text{при ограничении}$$

$$\sum_{i=1}^{n} a_{ij} C_{ij} \leq C_0 \ , \tag{4}$$

где T_{ij} - затрата времени на изготовление i-го варианта j-ой операции.

Выбор критерия определяется конкретными условиями предприятия. Например, для предприятия, где острая нехватка рабочей силы, оптимизационную задачу целесообразнее решить исходя из условий (4) с учетом технических средств.

Очевидно, что оптимизация изготовления всего изделия достигается при условии соответствующего (оптимального) подбора значений себестоимости и трудоемкости обработка на каждой операции технологического процесса производства изделия.

В частности оптимизационная задача для Бакинской швейной фабрики может быть сведена к нахождению затраты времени не превышающей требуемую, т.е. 1,62 часа, а себестоимости – минимальной.

Задача решена методом динамического программирования (1). Для реализации этого метода было составлено функциональное рекуррентное уравнение.

$$f_k \ t \ = \min \left[C_{ik} \ t_{ik} \ + f_{k-1} \ T_{ljg} - t_k \ \right] \tag{5}$$

$$T_{\partial on} = \sum_{j=1}^{k} t_{ij}$$

$$i = f \ k \qquad k = 2,3,...N \ ,$$

где N – номер выбранного варианта в каждой операции, k – количество технологических операций, j – номер операции, t_{ij} – время i-го варианта j-ой операции, $T_{доп}$ – ограничения по времени технологического процесса, $f_1\ k$ – зависимость стоимости от времени в первой операции.

Уравнение (5) является функциональным уравнением метода динамического программирования.

Эта зависимость рекуррентна, т.к. зная $f_1\ t$, из (8) получаем $f_2\ t$. Затем из этого же соотношения $f_3\ t$ и т.д. до последней операции $f_k\ t$. Распределение $f_k\ t$ и является искомой зависимостью $C = f\ k$, по которой можно построить оптимальную технологическую последовательность операции при любой из двух постановленных задач. На основе указанного критерий и ограничений была разработана и внедрена оптимальной технологической процесс на изготовлении одежды для учащихся ПТУ.

Список литературы

1. *Беллман Р.* Динамическое программирование. Издательство иностранной литературы, 1960. 400 с.

УДК 336.60

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АЛЬЯНСА
APPROACH TO EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF THE STRATEGIC ALLIANCE

Анна Владимировна Генералова, Ирина Александровна Дружинина
Anna Vladimirovna Generalova, Irina Aleksandrovna Druginina

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: generalann@yandex.ru, irinadrug@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрен подход к оценке эффективности стратегических альянсов на основе использования эффекта синергии.

Abstract: The approach to the evaluation of strategic alliances effectiveness based on the synergy effect.

Ключевые слова: стратегический альянс, экономическая эффективность, эффект синергии.

Keywords: strategic alliance, economic efficiency, synergy effect.

Одним из важнейших аспектов развития мировой экономики в условиях глобализации является степень ее интегрированности, которая возрастает благодаря растущему количеству слияний и поглощений в бизнесе, заключению международных соглашений, созданию стратегических альянсов. В нынешних условиях высоко конкурентных рынков именно объединение капиталов позволяет компаниям получить значительные преимущества путем кооперации, благодаря которой капитал приобретает все новые, более сложные формы.

В отечественной литературе предлагались определения международных стратегических альянсов как относительно продолжительных по времени межорганизационных соглашений по сотрудничеству, которые предусматривают совместное использование ресурсов и/или структур управления двух или более самостоятельных организаций, расположенных в двух

или более странах, для совместного выполнения задач, связанных с корпоративной миссией каждого из них [1,2,4,6].

Изучив отечественные и зарубежные научные труды, можно сделать вывод, что основными движущими силами, вызывающими быстрый рост числа стратегических альянсов, являются [2,3,4,5,6,7]:

• сохранение направленности производственной деятельности;
• улучшение финансового положения;
• повышение рейтинга за счет финансово-устойчивого партнера;
• сохранение организацией рабочих мест;
• снижение уровня неопределенности в снабжении и сбыте;
• усиление конкурентоспособности.

Любой стратегический альянс может быть проанализирован с точки зрения целесообразности его создания и эффективности его функционирования. Основной целью создания каждого стратегического альянса является обеспечение роста конкурентоспособности продукции (товаров, работ, услуг) стратегических партнеров, расширение ресурсного потенциала субъектов интеграции. При этом необходимо учитывать многочисленные факторы, которые прямо или косвенно влияют на развитие стратегических альянсов, которые можно условно назвать системой совокупного эффекта.

Общая выгода от создания и функционирования стратегического альянса складывается из следующих источников: выгода от совместной хозяйственной деятельности, выгода от совместной инвестиционной деятельности, выгода от расширения рынков сбыта, выгода от использования общих основных средств (ресурсов) [1,2,6].

Применительно к стратегическим альянсам оценка эффективности должна непременно осуществляться с позиции комплексного подхода, учитывая множественность форм и механизмов интеграции, отраслевую и региональную специфику, разнообразие плоскостей взаимодействия участников. Ценность стратегических альянсов определяется, прежде всего, количеством имеющихся в ней узлов и связей: чем оно больше, тем выше внутреннее многообразие в сети и эффективность взаимодействий. Вместе с тем для любого сетевого образования характерно наличие синергетического эффекта, многократно увеличивающего эффект совместного ведения дел.

Исходя из перечисленных подходов к оценке экономического эффекта стратегических альянсов, была сформулирована методика для предприятий легкой промышленности. Эта методика включает различные методы, используемые на стадии проектирования стратегического альянса, которые позволяют оценить возможность достижения различных целей создания стратегического альянса, а также осуществить исходя из этого выбор наиболее оптимальной его формы. К таким методам относятся метод анализа иерархий, метод оценки потенциального синергетического эффекта, методы формирования структурного многообразия и др. [1,2,7].

Предлагаемая методика оценки уровня синергетического эффекта, возникающего в стратегическом альянсе, может быть представлена в виде следующей схемы (рис.1).

Любой стратегический альянс может быть проанализирован с точки зрения целесообразности его создания и эффективности его функционирования. Основной целью создания каждого стратегического альянса является обеспечение роста конкурентоспособности продукции (товаров, работ, услуг) стратегических партнеров, расширение ресурсного потенциала субъектов интеграции. При этом необходимо учитывать многочисленные факторы, которые прямо или косвенно влияют на развитие стратегических альянсов, которые можно условно назвать системой совокупного эффекта. Для проведения оценки по данному методу был составлен перечень предприятий, входящих в стратегический альянс «Шуйские ситцы», созданный на базе текстильных, швейных и торговых предприятий.

Рис.1. Схема оценки эффекта синергии при проектировании стратегического альянса

Метод оценки синергетического эффекта стратегического альянса был осуществлен на основе использования экспертного опроса. Экспертами указывался балл, оценивающий уровень развития каждого фактора-параметра на предприятиях стратегического альянса. Максимально положительное значение балла по каждому фактору – параметру равно 5. Уровень синергизма между предприятиями, входящими в альянс, определяется как средневзвешенная величина показателя синергетики в баллах по отдельным факторам с учетом его весомости, значение которой также было получено экспертным путем.

Результаты оценки весомости факторов и факторов-параметров и бальная оценка синергетического эффекта в стратегическом альянсе приведены в табл. 1.

Таблица 1. Результаты оценки синергетического эффекта при расширении стратегического альянса

Фактор	Весомость, %	Фактор – параметр	Балл по оценке синергетического эффекта	Средняя бальная оценка
1.Организация маркетинговой деятельности	21,7	Общая торговая марка Общие покупатели Общий торговый персонал Общая система обработки заказов Совместная реклама Перекрестные продажи Пакетные продажи	5 5 4 5 3 3	4,5
2. Организация технологического процесса	14,4	Совместные технологические разработки Общая технология производственных процессов	3 3	3
3. Организация производственного процесса	20,7	Идентичные производственные процессы Общие ресурсы для производства продукции Общее оборудование для производства	3 5 4	4,3
4. Организация закупочного процесса	24	Совместный контроль качества Совместная процедура закупки ресурсов	5 5	5
5. Организация системы инфраструктуры	19,2	Общее финансирование Общая бухгалтерия Общий юридический отдел Совместный наем работников Проведение совместных тренингов	5 3 4 4 4	4

Как показали результаты данного исследования для повышения конкурентоспособности предприятий, входящих в стратегический альянс, необходимо было расширение альянса за счет включения в его состав предприятий, обеспечивающих альянс необходимым сырьем, материалами и оборудованием. Это позволит осуществить техническое переоснащение производств на предприятиях, входящих в альянс и повысить конкурентоспособность продукции, выпускаемой текстильными и швейными предприятиями, входящими с вальянс.

На основе приведенной методики можно оценить целесообразность вертикального расширения стратегического альянса с точки зрения достижения синергетических преимуществ. Исходя из результатов анкетирования (табл. 1), очевидно, что расширение стратегического альянса в результате включения в его состав предприятий, поставляющих сырье текстильным предприятиям, может дать более высокий синергетический эффект. Поэтому можно рассматривать данное направление развития стратегического альянса как следующий шаг в его развитии. Предложенный метод оценки синергетического эффекта обладает рядом достоинств и недостатков. Достоинствами метода являются возможности выявления факторов и критериев работы предприятия, более всего влияющих на достижение синергетики и получение количественных результатов на этапе проектирования стратегического альянса и выявления направлений его развития. Недостатком метода является его субъективность, влияние которой может быть снижено при соблюдении формальных процедур оценки.

Список литературы

1. *Белгородский В.С., Дружинина И.А., Генералова А.В.* Современные методы стратегического менеджмента: Монография. – М., 2015. 115 с.

2. *Гаретт Б., Дюссож П.* Стратегические альянсы. - М.: ИНФРА-М, Российский внешнеэкономический вестник. 2015. 332 с.

3. *Генрих Г., Т. Роули, Шилов А.* Преимущество сетей: Как извлечь максимальную пользу из альянсов и партнерских отношений. – М.: Альпина Паблишер. 2014. 259 с.

4. *Стэнли Фостер Рид, Александра Рид Лажу.* Искусство слияний и поглощений. – М.: Альпина Паблишер. 2015. 958 с.

5. *Тимоти Дж. Галпин, Марк Хэндон*. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний. – СПБ: Вильямс. 2013. 240 с.

6. *Уоллес Р.* Стратегические альянсы в бизнесе. – М.: Добрая книга. 2005. 288 с.

7. *Цветков В.А.* Исследованию стратегических альянсов как конкурентной стратегии. – М.: Вершина. 2015. 229 с.

УДК 338.4

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ
INFLUENCE OF THE ECONOMIC CRISIS ON ACTIVITY OF THE ENTERPRISES OF LIGHT INDUSTRY IN RUSSIA

Алена Вадимовна Кравченко, Анна Владимировна Генералова
Alena Vadimovna Kravchenko, Anna Vladimirovna Generalova

Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: aleona.krawchenko@yandex.ru, generalann@yandex.ru)

Аннотация: Приведены результаты исследования влияния текущего финансово-экономического кризиса на деятельность предприятий легкой промышленности на основе опроса управляющего персонала предприятий отрасли, принявших участие в 48-й Федеральной оптовой ярмарки «Текстильлегпром».

Abstract: The article contains the results of a study of the impact of the current financial and economic crisis on the activities of light industry enterprises.

Ключевые слова: финансово-экономический кризис, легкая промышленность, анкетирование.

Keywords: the financial and economic crisis, light industry, questionnaire.

Вопрос адаптации промышленных предприятий к кризисным условиям сегодня как никогда актуален и становится все более популярным. Современный кризис меняет поведение потребителей, что в итоге становится причиной изменений в производстве потребительских товаров, услуг и торговле.

Большинство экспертов считают, что текущий кризис в России кардинально отличается от предыдущих и может оказывать продолжительное влияние на состояние рынка, благосостояние всех его участников.

Более полное представление о том, как воздействует современный финансово-экономический кризис на предприятия, покупательную способность населения и каковы его основные факторы может дать опрос. С этой целью международная аудиторская компания

PwC в 2015 году провела исследование «Экономический спад в России: взгляд под углом 360°» среди населения, руководителей среднего звена компаний и топ-менеджеров [1].

Согласно данному исследованию, 83% опрошенных потребителей и 74% представителей компаний полагают, что Россия переживает кризис. И те, и другие сходятся во мнении, что он продлится еще около двух лет.

В конце 2015 года эксперты и аналитики предрекали, что наиболее остро финансово-экономический кризис проявит себя в 2016 году. В связи с этим было решено провести аналогичный опрос среди управляющего персонала предприятий, сузив круг исследования до одной конкретной отрасли, а именно отрасли легкой промышленности, которая является приоритетной для нашего исследования.

В качестве площадки для проведения исследования была выбрана 48 Федеральная оптовая ярмарка «Текстильлегпром», которая является главной коммуникационной платформой в текстильной и легкой промышленности и ежегодно собирает около 2000 компаний из России и других стран мира.

Почти 25 лет Федеральные оптовые ярмарки «Текстильлегпром» неизменно выполняют свою главную задачу – поддерживать и продвигать конкурентоспособную национальную продукцию на внутреннем и зарубежном рынках, и тем самым, содействовать процессу импортозамещения в текстильной и легкой промышленности России [2].

На основе вопросов, использованных в исследовании компанией PwC, была разработана анкета, на вопросы которой было предложено ответить руководителям и сотрудникам компаний, представивших свою продукцию на Федеральной ярмарке.

В опросе приняли участие руководители и сотрудники 50 компаний текстильной, швейной и обувной подотрасли, занимающиеся производством, оптовой и розничной торговлей. Известно, что кризис в разной степени влияет на малые и крупные предприятия. В исследовании треть опрошенных организаций можно отнести к средним предприятиям, на долю микропредприятий и малых приходится 68%. Стоит отметить, что предприятия отрасли по своему размеру невелики, характеризуются низкой степенью консолидации. По объему годовой выручки они уступают группе предприятий всей прочей обрабатывающей промышленности почти в 3 раза [3]. В свою очередь, швейные предприятия являются более мелкими по сравнению с текстильными.

Ряд экспертов считает, что текущий кризис может послужить толчком как для отдельных предприятий, так и для экономики России в целом. Подавляющее большинство руководителей отметили негативное воздействие кризиса (67%), в то время как позитивное влияние испытали на себе 24% компаний, преимущественно занятые производством, не ощутили на себе влияния 9% предприятий. Предполагаем, что последнее объясняется тем, что российская экономика взяла курс на импортозамещение, и производители имеют ожидания благоприятных перспектив.

Для бизнеса ярким проявлением кризиса является рост производственных затрат, падение спроса, объемов производства, выручки, снижение рентабельности в целом, и, соответственно, прибыли. В связи с этим руководителям организаций было предложено ответить на вопрос, как изменился уровень прибыли за 2016 год по сравнению с предыдущем годом.

28% опрошенных компаний не отметили изменения уровня прибыли за 2016 год, снижение наблюдалось у 44% организация, а рост только у 28%. Таким образом, кризис привел к тому, что почти половине предприятий не удалось улучшить свои финансовые результаты.

Как выяснилось в ходе исследования, роста прибыли и ее сохранения на прежнем уровне удалось добиться только благодаря снижению как прямых, так и косвенных затрат. Предприятия, не пересмотревшие стратегию развития и не нашедшие резервы для снижения издержек, отличались падением уровня выручки.

Большинство участников (82%) отметили, что на компании в первую очередь оказывает воздействие падение продаж, вызванное снижением спроса. Вторым по популярности нега-

тивным фактором оказался рост цен на закупку сырья и материалов.

Цены на сырье в виду колебаний курса валют постоянно растут. При этом легкая промышленность относится к материалоемким отраслям, и стоимость сырья составляет весомую часть в себестоимости готового продукта. Увеличение материальных затрат приводит к тому, что организации вынуждены прибегать к росту цен для того, что сохранить и поддержать уровень выручки на должном уровне.

Другие факторы, повлиявшие на деятельность предприятий, отражены на рис. 1. Из них положительно на деятельности каждого конкретного предприятия сказывается только один фактор – повышение цен у конкурентов с большой долей импорта в приобретаемых материалах, оборудовании, технологиях для производственных предприятий и приобретаемых товаров для перепродажи для оптовых организаций.

Рис. 1. Факторы, оказывающие влияние на предприятия

Исследуемый рынок товаров легкой промышленности, в отличие от продуктов питания, чрезвычайно чувствителен к экономическим кризисам. Снижение спроса затронуло практически всех участников опроса. В связи с этим было принято решение выяснить, какие меры предпринимаются компаниями для сохранения имеющихся клиентов и привлечения потенциальных. Наиболее частой мерой является предоставление скидки за приобретаемый объем (76%), более половины участников также снижают цену (56%), 38% опрошенных компаний предлагают клиентам воспользоваться отсрочкой платежа.

Для того чтобы снизить издержки и предложить конкурентную продукцию во время кризиса организации нередко прибегают к сокращению персонала и снижению затрат по различным статьям.

Кадровый состав 50% опрошенных компаний не изменился, а 38% даже расширили штат (в основном численность таких организаций превышает 50 человек). И только 14% предприятий были вынуждены сократить персонал.

Реклама – двигатель торговли, но в условиях кризиса маркетинг и реклама являются одним из самых популярных направлений оптимизации расходов. С одной стороны, такого рода расходы снижают относительную рентабельность, а с другой – оказывают существенное влияние на поведение потребителей в условиях кризиса [4]. Проанализируем, прибегали ли участники нашего исследования к сокращению затрат на маркетинг в 2016 году.

Маркетинговые расходы в легкой промышленности – значительная статья в затратах компаний. Но исследуемые компании не оптимизировали свои затраты за счет них. 52% предприятий не изменили расходы на маркетинг и рекламу в 2016 году, а 32% даже их уве-

личили. Это обусловлено тем, что большинство потребителей, по данным исследования PwC, обращают особое внимание на рекламные акции и на рекламу в целом, поскольку в кризисное время вынуждены сокращать свои бюджеты. Так как потребители при выборе одежды, обуви и других изделий легкой промышленности зачастую ориентируются на марки и бренды и подвержены влиянию рекламы, то предприятия не скупятся при проведении маркетинговой кампании.

Чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке и выжить в столь не простых финансово-экономических условиях, большинство компаний прибегают к сокращению своих расходов. Мы решили выяснить, какие области затронула такого рода мера оптимизации производственного процесса. Полученные результаты приведены на рис. 2. При этом 30% компаний, принявших участие в исследовании, не прибегали к подобным мерам сокращения затрат.

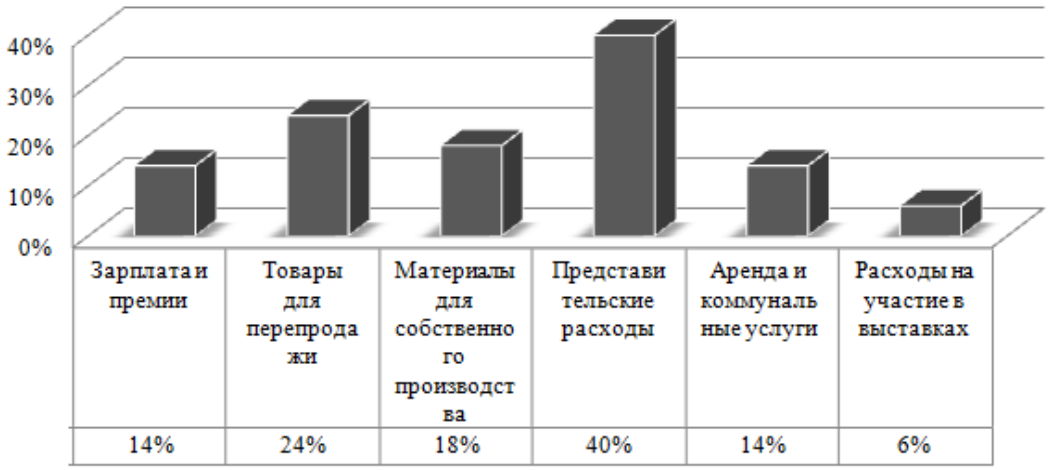

Рис. 2. Области, в которых произошло сокращение затрат в 2016 году

Необходимо отметить, что в качестве приоритетной меры компании используют сокращение расходов на закупки. При этом меньшее внимание уделяется косвенным расходам, таким как аренда, расходы на участие в выставках. Также было замечено, что те компании, которые не смогли найти способы оптимизации затрат, не улучшили свои финансовые показатели – уровень прибыли не изменился или даже снизился. Перечень мер по снижению расходов на закупку приведен на диаграмме (рис. 3).

Рис. 3. Меры по снижению расходов на закупку

Примечательно то, что закупать более дешевые материалы стали только 14% опрошенных предприятий. Данный процент низок, поскольку только обеспечение хорошего качества для потребителя позволит конкурировать отечественным производителям с зарубежными.

Бизнес-среда меняется кардинальным образом, что заставляет организации пересматривать свои стратегии развития. Возможность изменения бизнес-процессов в своих компаниях отметили 52% опрошенных руководителей. При этом 34% уже пересмотрели стратегию развития, и только 14% не видят в этом необходимости.

Несмотря на то, что большинство участников отметили влияние текущего кризиса в России, исследование показало, что большинство компаний настроены оптимистично в отношении выхода из кризиса и оздоровления российской экономики. Так, 53% опрошенных руководителей ожидают, что для улучшения экономической ситуации потребуется от полугода до года.

Не менее радужной видится руководителям и перспектива получения прибыли в ближайшие 2 года. 76% опрошенных топ-менеджеров полагают, что компании удастся получить прибыль, 10% - понесут убытки и 14% достигнут точки безубыточности.

Отметим, что высоких показателей деятельности можно достичь, только сумев приспособиться к новым реалиям и условиям. Ключевой задачей на сегодняшний день является адаптация к изменяющейся внешней среде с целью выживания, сохранения клиентов и доли на рынке.

Итогом опроса была просьба к руководителям компаний одной фразой описать свои ожидания относительно перспектив развития бизнеса в России. Примечательно то, что большинство видят новые возможности в данной сложной ситуации и считают, что кризис - это шанс, которым необходимо воспользоваться, чтобы изменить деятельность своей компании и открыть новые горизонты.

Таким образом, неоднозначная финансово-экономическая ситуация затронула практически все компании легкой промышленности. В большинстве случаев это влияние имеет негативный характер, что вынуждает руководителей предприятий пересматривать стратегию развития и искать новые пути оптимизации затрат и поддержания конкурентоспособности на рынке, где на сегодняшний день основное место отводится зарубежным производителям товаров легпрома. Но нельзя допустить ситуацию, когда более низкие издержки отечественных предприятий позволят потеснить импортную продукцию, а российская продукция не будет пользоваться спросом, например, из-за несоответствия качества.

Санкции со стороны Запада несут в себе не только угрозу для российской экономики, но и дают возможности для подъема отечественного производства. Остается только надеяться, что ожидания российских предпринимателей оправдаются, и для оздоровления экономики потребуется меньше года, а они тем временем постараются не упустить свой шанс.

Список литературы

1. Исследование PricewaterhouseCoopers: Экономический кризис в России в 2015 году.// 2015. http://gtmarket.ru/news/2015/06/23/7209

2. Официальный сайт АО «Текстильэкспо». http://www.textilexpo.ru/

3. Текущее состояние и перспективы развития легкой промышленности в России / В. В. Радаев, В. Н. Данилина, З. В. Котельникова, Е. А. Назарбаева: НИУ «Высшая школа экономики». - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 333 с.

4. *Ilin S.Yu., Kochetkova I.A.* Современные тенденции развития маркетинговой деятельности организаций. // Часопис економічних реформ. 2016. № 1 (21). С. 80-84.

УДК 338.4, 504.064.45

ОБЗОР БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТЫХ ЦИКЛОВ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
A REVIEW OF CIRCULAR ECONOMY BUSINESS MODELS IN APPAREL INDUSTRY

Елена Геннадьевна Свищева*, Валерий Савельевич Белгородскии,**
Анна Владимировна Генералова, Олег Иванович Седляров****
Elena Gennadievna Svischeva*, Valery Savelievich Belgorodsky,**
Anna Vladimirovna Generalova, Oleg Ivanovich Sedlyarov ****

** Соджиц ДЖЕКТ Корпорейшн, Россия, Москва*
**Sojitz JECT Corporation, Russia, Moscow*
(*e-mail: svischeva@ject.ru)*
*** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва*
*** The Kosygin State University of Russia, Moscow*
(*e-mail:7730719@mail.ru)*

Аннотация: В статье проведен анализ и предложена классификация основных стратегий, отвечающих принципам замкнутых циклов. Рассмотрены примеры их успешной реализации в области производства и сбыта одежды. Авторами даны рекомендации по дизайну экономически и экологически эффективной бизнес-модели.

Abstract: We analyze several dominant business strategies for circular economy. A number of successful cases in production and sales of apparel are described. Recommendations are presented for designing an economically and ecologically effective business model.

Ключевые слова: продление срока жизни одежды, рециклинг, сервисные модели, менеджмент отходов, управление спросом, сокращение производства, углеродный след.

Keywords: extension of the life cycle of apparel, recycling, service models, waste management, demand management, decrease of the production, carbon footprint.

Экономика замкнутых циклов, «зеленая» и «голубая», мимикрическая и экологическая экономики, экономика природопользования, «от колыбели до колыбели» - все эти понятия объединяются прекрасной целью сохранения нашей планеты для комфортной жизни многих поколений человечества в гармонии с природой, и в разных формах существуют уже более 50 лет [1–6]. Тем не менее, современная глобальная экологическая обстановка находится в таком бедственном положении, что объективная опасность катастрофического ухудшения качества жизни грозит не только грядущим, но и ныне живущим поколениям.

В последние годы, благодаря стремительности нарастания угрозы, на разных уровнях мирового сообщества выдвигаются все новые и новые инициативы, разрабатываются стратегии и финансируются проекты, направленные на снижение негативного антропогенного давления на окружающий мир. И применение социально ответственных и экологически выгодных экономических концепций с полувековой историей постепенно становится ближайшим будущим мировой экономической системы.

В конце 2015 г. Европейская Комиссия выпустила план действий по переходу к экономике замкнутых циклов и достижению амбициозных целей устойчивого развития к 2030г.[7]. По мнению экспертов комиссии, переход к концепции замкнутых циклов, где ценность продуктов, материалов, ресурсов сохраняется как можно дольше, а генерация отходов минимизируется, является существенным вкладом в развитие устойчивой, низкоуглеродистой, ресурсосберегающей и конкурентоспособной экономической системы в Европе. Экономика

замкнутых циклов позволяет повысить конкурентоспособность производителей, защищая бизнес от беспокойства за ресурсы и волатильности цен, помогая создавать новые возможности и инновационные эффективные способы производства и потребления.

Огромный вклад в продвижение и популяризацию перехода к экономике замкнутых циклов вносит Фонд Ellen MacArthur, созданный в 2010г. британской яхтсменкой Ellen Mac Arthur, установившей мировой рекорд по одиночному кругосветному плаванию. Спортсменка, глубоко осознавшая конечность мировых ресурсов, активно пропагандирует их сохранение и рациональное использование [8]. Запущенная фондом программа "Экономика замкнутых циклов 100» помогает ускорить процесс перехода к новой экономической концепции, объединяя единомышленников, обеспечивая информационную поддержку, создавая образовательные программы, разрабатывая концепции дизайна и стимулируя развитие технологий. И не случайно, что активными участниками и партнерами фонда одними из первых стали крупнейшие производители одежды (Nike, H&M и другие), осознающие необходимость сокращения огромного негативного воздействия легкой промышленности на окружающий мир.

Схему потенциальных циклов в легкой промышленности, основанную на разработанной фондом общей схеме циклической экономики [8] можно представить в виде техногенного и биологического циклов, где разделение происходит по типу волокон (рис. 1). Схема развивает концепцию ««от колыбели до колыбели» [3], разработанную немецким ученым-химиком Michael Braungart и американским архитектором William McDonough около 15 лет назад, а с 2010 г. получившую признание в качестве стандарта для сертификации экологически безопасных изделий, соответствующих концепции.

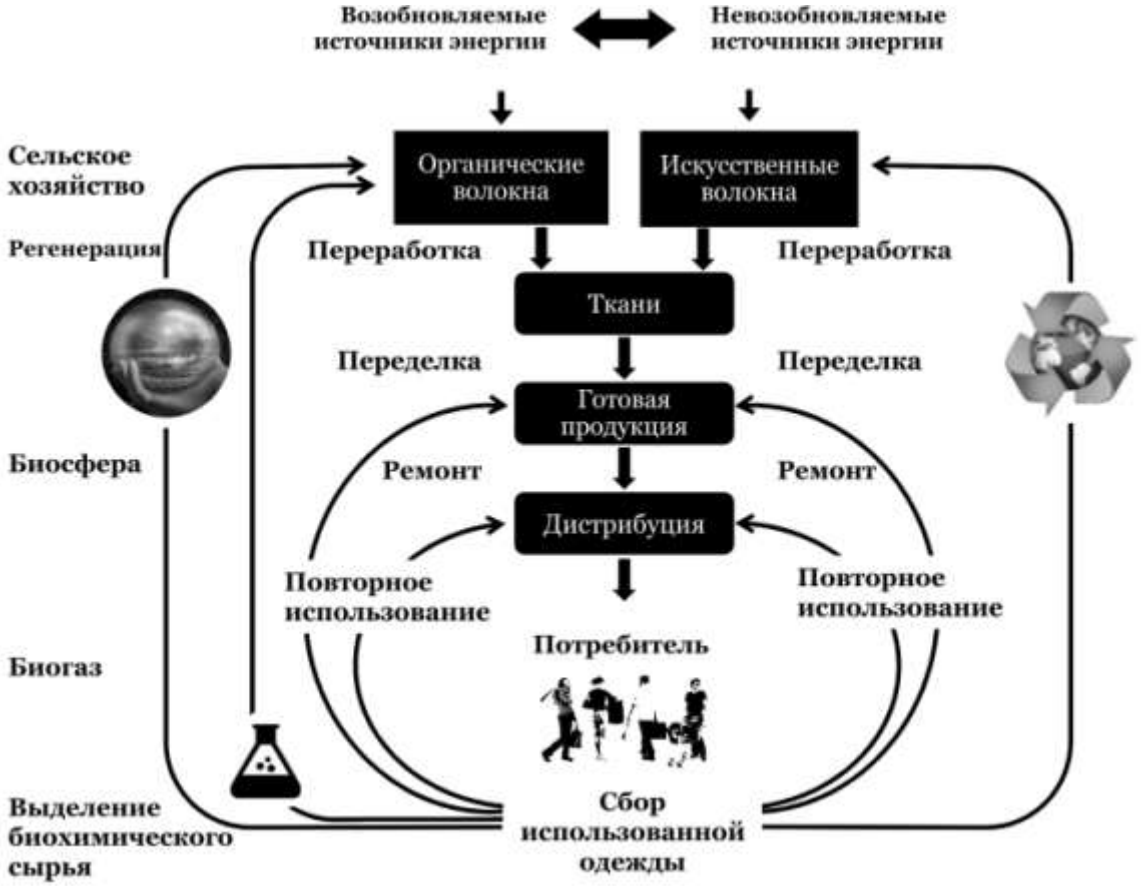

Рис. 1. Схема замкнутого жизненного цикла одежды

Самый короткий и эффективный цикл – это продление срока жизни изделия путем прямого повторного использования. Все вложенные в производство ресурсы сохраняются, а вредное воздействие не увеличивается. На этом цикле происходят обмен и продажа на уров-

не потребителей, передача в благотворительные организации, а также продажа в комиссионных магазинах или предоставление в аренду на уровне коммерческой дистрибуции. Следующий цикл также направлен на продление жизни с минимальными затратами за счет восстановления, ремонта и изменения дизайна. Когда возможности по продлению жизни использованы, запускается цикл переработки, разделенный по типу исходного сырья, рециклинг искусственных волокон повторяется многократно, а натуральные волокна, исчерпав переработку на всех стадиях, возвращаются в биосферу, становясь питанием нового сырья. Изделия из смешанных волокон могут двигаться по одному из циклов в зависимости от технологии переработки.

В последние годы разработаны и успешно реализованы бизнес-модели, отвечающие концепции циклической экономики. Способам дизайна и классификации таких бизнес-моделей посвящены статьи различных ученых и экономистов [9–11], но объединяющим аспектом этих исследований является безусловное признание экономической эффективности и экологической полезности циклического подхода.

Российские дизайнеры смело завоевывают лидирующие позиции на мировых подиумах и оказывают большое влияние на тенденции в дизайне модной одежды будущего [12]. В то же время, к сожалению, производственные мощности и применяемые бизнес стратегии отечественной легкой промышленности существенно отстают не только от передовых идей, но, часто, и от международных стандартов развитых стран, поэтому представляется важным изучить мировой опыт устойчивого и социально ответственного бизнеса и адаптировать его к текущим условиям российской экономики.

Ключом к успеху всех бизнес стратегий замкнутого цикла является менеджмент производственных и потребительских отходов, обеспечивающий возврат отходов для повторного использования и переработки. Возврат потребителем ненужных изделий легкой промышленности может быть организован стимулирующими методами при продаже или путем сохранения собственности на готовую продукцию у производителя в сервисных моделях.

Проанализировав данные о реализованных бизнес-моделях и разработанных концепциях [13–15], можно выделить основные группы перспективных стратегий деятельности предприятия легкой промышленности, отвечающих принципам экономики замкнутых циклов и обеспечивающих устойчивое развитие. Можно предположить, что комплексное применение различных подходов и достижение синергетического эффекта даст оптимальный результат, поэтому планируется дальнейшее изучение и количественная оценка этого предположения.

Группа 1. Продление срока жизни изделия

- Прямое повторное использование

Очевидно, что готовая продукция имеет большую стоимость, чем исходное сырье, и на циркуляцию ненужных изделий в неизменном виде практически не тратятся ресурсы, при исключении длительной транспортировки. Поэтому прямое повторное использование в ближайшем окружении максимально сохраняет ценность и вложенные ресурсы, сокращая негативное воздействие [16].

Например, Шведский бренд эксклюзивной одежды Filippa K [17] успешно реализует стратегию продления срока жизни одежды, стимулируя потребительский возврат использованных вещей для последующей продажи в комиссионном магазине компании или передачи в ближайшую благотворительную организацию.

- Продление срока жизни путем ремонта и переделки

Основным способом является гарантийный ремонт, повышающий доверие и лояльность потребителей. Некоторые производители джинсовой одежды, например, HIUT DENIM [18], Англия и NUDIE JEANS, Швеция [19] дают пожизненную гарантию на свои изделия и осуществляют ремонт за свой счет. Один из наиболее социально ответственных брендов – Patagonia, США [20], производящий все виды туристической и спортивной одежды, еще в 2005 году открыл огромное отделение для ремонта своих изделий - крупнейшее в Северной

Америке, где высококлассные профессионалы продлевают жизнь любимым вещам покупателей, делая свыше 300 ремонтов в день.

Таким образом, срок использования изделий продлевается, что позволяет получить не только экономические выгоды, но и экологические – продление жизни изделия на 9 месяцев позволяет сократить углеродный след, отходы и расход чистой воды на 20-30% по каждому параметру, одновременно сокращая стоимость ресурсов на 20% [16].

Группа 2. Сервисные стратегии

В 1980-х годах Walter Stahel предложил новую сервисную бизнес-модель, где, потребители получают не товар, а услугу [21]. Сервисные модели позволяют разделить прибыль и рост производства, экономический успех и потребление ресурсов. Сохранение собственности на товар у производителя стимулирует развитие стратегий по эффективной переработке отходов.

Уникальную реализацию сервисной модели предлагает компания LENA, Голландия [22], которая в 2014г. открыла «библиотеку модной одежды», предоставляющую в аренду качественную и актуальную одежду на базе ежемесячной подписки с возможностью последующего выкупа понравившейся модели. Профессиональные стилисты библиотеки тщательно выбирают сезонные модели из новых коллекций домов моды. Крупные бренды ценят сотрудничество и используют библиотеку как альтернативный способ продажи и продвижения новых моделей, а также, как платформу для выявления потребительских предпочтений и проверки качества. Для небольших дизайнерских компаний, предлагающих одежду в библиотеку на комиссионной основе, это отличная реклама и возможность получения объективной оценки созданных коллекций.

Группа 3. Переработка (рециклинг)

Модели переработки фокусируются на цикличном использовании изделий и исходных материалов, сохраняя все ресурсы в системе и эффективно уничтожая понятие «отходы». Экономической целью является генерация новых доходов при помощи преобразования отходов в стабильный источник ценного сырья, который не подвержен волатильности рынка сырьевых материалов. Безотходный цикл производства позволяет также снизить зависимость от наличия и стоимости не возобновляемых энергетических ресурсов, оптимизируя их потребление и сокращая вредное воздействие на окружающую среду.

Рециклинг искусственных волокон практикуется давно и в значительном объеме, коллекции из вторичных материалов производят крупнейшие бренды: Nike, Speedo, Patagonoia, H&M, Inditex group и многие другие.

Существуют технологии переработки смешанных тканей, которые пока нет так широко применяются, но имеют большой потенциал для развития благодаря экономическим и экологическим преимуществам. Например, при оценке технологии переработки отходов смешанных тканей с добавлением ПЭТ (полиэтилентерефталата) из переработанных пластиковых бутылок, разработанной агентством цикличной моды ReBlend из Дании в сотрудничестве с Испанской компанией ReCover обнаружено сокращение потребления воды на 62%, энергии на 33% и выбросов CO2 на 18% [13].

Как известно, переработка натуральных волокон пока является технологически сложной задачей, но в последние годы предлагаются различные пути ее решения.

Так финский научно-технический центр VTT разработал технологию по переработке хлопковых отходов в новые волокна с улучшенными свойствами путем применения техники растворения целлюлозы, позволяющей сократить потребление воды на 70%, а углеродный след на 50%, не применяя ядовитых химикатов [23]. Проект, созданный на основе этой технологии, близок к промышленному внедрению [24].

Группа 4. Сокращение производства за счет управления спросом

Снижение объемов производства, очевидно, ведет к сокращению потребления ресурсов и существенно снижает экологическое давление на окружающую среду. При этом, эффек-

тивный контроль спроса позволяет получить экономические выгоды от сокращения производства. Основными преимуществами являются премиальные цены в сегменте рынка более качественных эксклюзивных товаров с длительным сроком службы; лояльность потребителей, вовлеченных в процесс создания изделия и как следствие, испытывающих эмоциональную привязанность к любимым качественным вещам; гарантированный сбыт на базе предварительных заказов и отсутствие потерь вложенных ресурсов от непродаваемых остатков на складе.

Для успешной реализации данной группы стратегий необходимы как выявление и формирование спроса на основе реальных потребностей, так и продвижение персонализированных маркетинговых решений, например, совместное создание уникального дизайна изделий.

Примером реализации концепции производства только заказанной одежды является проект австралийской компании StageLabel [25], создавшей интернет платформу на основе народного финансирования для оперативного взаимодействия молодых дизайнеров и их потенциальных потребителей. Дизайнер может оценить спрос на свои модели до запуска массового производства новой коллекции, проверив реакцию пользователей, получить финансирование и обеспечить сбыт, производя только заказанные изделия.

Изучив научную литературу и реализованные примеры, можно рекомендовать следующие базовые принципы дизайна успешной бизнес-модели в концепции устойчивого циклического развития для предприятий легкой промышленности. Позитивный эффект данных принципов заключается в улучшении экологической обстановки и обладает следующими экономическими преимуществами:

Дизайн изделия для бесконечного жизненного цикла:

- генерация стабильного дополнительного дохода;
- снижение зависимости от движения рынка сырья;
- отсутствие отходов и расходов на их утилизацию/экологический сбор.

Применение возобновляемых ресурсов:

- снижение зависимости от волатильности рынка не возобновляемых ресурсов (нефть, газ);
- сокращение выбросов CO2, дополнительный доход от торговли квотами на выбросы.

Контроль вредных воздействий: расчет углеродного следа, контроль загрязнения сточных вод, менеджмент отходов:

- лояльность потребителей;
- инвестиционная привлекательность;
- потенциал для роста рынков сбыта, благодаря соответствию мировым экологическим нормам;
- снижение риска непредвиденных расходов на штрафы в связи с возможным ужесточением местных экологических норм

Управление спросом и контроль предложения:

- сокращение производственных расходов;
- стимулирование разработки инновационных технологий;
- гарантированный сбыт, отсутствие остатков на складе.

Социальная ответственность:

- лояльность потребителей;
- государственная поддержка;
- профессионализм и стабильность персонала.

Список литературы

1. *Stahel W.R.* The product life factor // Inq. Nat. Sustain. Soc. Role Priv. Sect. Ser. 1982 Mitchell Prize Pap. NARC. 1982.

2. *Papanek V.* Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. 2 Revised edition. Chicago, Ill: Chicago Review Press, 2005. 416 p.

3. *McDonough W., Braungart M.* Cradle to cradle: Remaking the way we make things. MacMillan, 2010.

4. *Под ред. Дамешек Л.Ю., Гурман В.И.* Эколого-экономические системы: модели, информация, эксперимент. Наука, 1987.

5. *Costanza R.* Ecological economics: the science and management of sustainability. Columbia University Press, 1992.

6. *Benyus J.* Biomimicry: innovation inspired by nature. New York: William Morrow and Company, 1997.

7. *Bourguignon D.* European Comission. Closing the Loop, New Circular Economy Package. Briefing Document. [электронный ресурс].

URL:http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/573899/EPRS_BRI(2016)573899_EN.pdf (дата обращения: 05.09.2017).

8. *MacArthur E.* Towards the circular economy // J Ind Ecol. 2013.

9. *Moreno M. et al.* A Conceptual Framework for Circular Design // Sustainability. 2016. Vol. 8, № 9. P. 937.

10. *Bocken N.M. et al.* Product design and business model strategies for a circular economy // J. Ind. Prod. Eng. 2016. Vol. 33, № 5. P. 308–320.

11. *Bakker C.A. et al.* Products That Last - product design for circular business models. First edition. Delft: TU Delft Library/Marcel den Hollander IDRC, 2014. 112 p.

12. *Fury A.* Back in the U.S.S.R.: Russia's Fashion Resurgence // The New York Times. 2017.

13. *Closing The Loop: 3 Case Studies Highlighting The Potential Impact Of High-Value, Textile Recycling* [электронный ресурс] // Circle Economy, 2017. URL: https://www.circle-economy.com/closing-the-loop-3-case-studies-highlighting-the-potential-impact-of-high-value-textile-recycling/ (дата обращения: 08.05.2017).

14. *The Great Recovery Report*. RSA, 2016 [электронный ресурс].
URL: https://www.thersa.org/discover/publications-and-articles/reports/the-great-recovery
(дата обращения: 08.05.2017).

15. *Service Based Business models and Circular Strategies for Textiles.* A Report for Sitra, Finland, 2015 [электронный ресурс] // Circle Economy. 2015. URL: http://www.circle-economy.com/service-based-business-models-and-circular-strategies-for-textiles-a-report-for-sitra-finland/ (дата обращения: 09.05.2017).

16. *Valuing Our Clothes.* WRAP UK, 2016 [электронный ресурс].
URL: http://www.wrap.org.uk/sustainable-textiles/valuing-our-clothes%20
(дата обращения: 08.05.2017).

17. *Filippa K* [сайт]. URL: https://www.filippa-k.com/ (дата обращения: 08.05.2017).

18. *Hiut Denim Co.* [сайт]. URL: https://hiutdenim.co.uk/ (дата обращения: 08.05.2017).

19. *Nudie Jeans* [сайт]. URL: https://www.nudiejeans.com/ (дата обращения: 08.05.2017).

20. *Patagonia Outdoor Clothing & Gear* [сайт]. URL: http://www.patagonia.com/es_US
(дата обращения: 08.05.2017).

21. *Stahel W. R.* The utilization-focused service economy: Resource efficiency and product-life extension // Green. Ind. Ecosyst. 1994. P. 178–190.

22. *LENA THE FASHION LIBRARY*[сайт]. URL: http://www.lena-library.com/
(дата обращения: 08.05.2017).

23. *Cellulose dissolution technique* [сайт].
URL: http://www.vttresearch.com/services/bioeconomy/high-performance-fibres/recycled-fibres/dissolution-technique-turning-used-clothes-into-novel-fibre (дата обращения: 08.05.2017).

24. *WEAR. RECYCLE. REPEAT* [сайт]. URL: http://reloopingfashion.org/
(дата обращения: 08.05.2017).

25. *StageLabel* [сайт]. URL: https://stagelabel.tumblr.com/ (дата обращения: 08.05.2017).

УДК 334.021

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИИ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
ANALYSIS AND EVALUATION OF THE ACTIVITIES OF THE CORPORATION IN THE TEXTILE INDUSTRY

Евгений Сергеевич Ерохин*, Людмила Евгеньевна Зернова**
Evgeniy Sergeevich Erokhin*, Liudmila Evgenievna Zernova**

**ООО Группа компаний «АКТРОС МЕНЕДЖМЕНТ ГРУПП», Россия, Москва*
**JSC Group of companies "AKTROS MANAGEMENT GROUP", Russia, Moscow*
(e-mail: 050684@mail.ru)
*** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва*
*** The Kosygin State University of Russia, Moscow*
(e-mail: dekfem@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности проведения анализа и оценки деятельности корпорации в форме финансово-промышленной группы, включающей предприятия текстильной промышленности. Разработана и апробирована методика определения рейтинга финансово-промышленных групп на основе интегрального показателя рыночной устойчивости, экономической безопасности и деловой активности группы.

Abstract: We consider the peculiarities of analysis and evaluation of the activities of the corporation in the form of financial-industrial groups, including companies of the textile industry. We developed and tested the methodology for determining the rating of financial-industrial groups on the basis of the integral indicator of market stability, economic security and the business of the group.

Ключевые слова: корпорация, финансово-промышленная группа, предприятие, текстильная промышленность, рейтинг.

Keywords: corporation, financial-industrial group, the company, textile industry, rating.

Современный промышленный комплекс России, будучи мощным, не удовлетворяет в достаточной степени потребностям общества. Его состояние усугублено частично разрушенными хозяйственными связями, существовавшими при плановой экономике, недостаточно развитой рыночной инфраструктурой, утратой российскими товаропроизводителями значительной части внутреннего рынка, введением экономических санкций, инфляцией, проблемами взаимной задолженности предприятий.

Вследствие этого остро встала, особенно в последние годы, проблема поиска новых, оптимальных в сложившейся экономической обстановке форм консолидации промышленных предприятий, научно-исследовательских и проектно-конструкторских организаций, финансово-кредитных и инвестиционных учреждений. К таким формам можно отнести формирование финансово-промышленных групп, первые из которых были зарегистрированы еще в 1993 г.

В рыночной экономике под финансово-промышленными группами (ФПГ) понимают достаточно широкий круг интегрированных структур, которые существуют в определенных организационно-правовых формах, включая крупные национальные и транснациональные корпорации.

В рамках финансово-промышленных групп на предприятиях, связанных имущественными, производственно-техническими, финансовыми и управленческими отношениями,

имеются значительные возможности формирования высокоэффективных организационных структур посредством выбора горизонтальных или диверсифицированных форм интеграции и реорганизации научно-технического потенциала в направлениях, позволяющих создавать конкурентоспособную продукцию и удовлетворять соответствующий рыночный спрос. Являясь результатом взаимопроникновения промышленного и финансового капитала, ФПГ имеют возможность осуществлять накопление собственного и привлечение внешнего капитала для реализации долгосрочных и широкомасштабных инвестиционных проектов и программ, комплексного технического перевооружения и реконструкции производства. Об этом свидетельствует опыт создания и деятельности финансово-промышленных групп экономически развитых стран, таких, как США, Япония, Германия и др. [1].

Процесс создания ФПГ труден и противоречив, что объясняется следующими факторами [1]:

во-первых, в действующих нормативно-правовых актах имеются жесткие ограничения, сдерживающие интеграцию финансового и промышленного капитала;

во-вторых, несмотря на принятый порядок государственной поддержки ФПГ, отсутствует адекватный механизм этой поддержки, особенно на начальных стадиях функционирования рассматриваемых структур;

в-третьих, ФПГ не участвуют в разработке и реализации Федеральных программ; не получают регулярных заказов на выполнение целевых программ Правительства РФ;

в-четвертых, исполнительная власть препятствует ФПГ в получении права самостоятельного определения сроков амортизации и использования амортизационных средств; не предоставляют этим структурам льгот и государственных гарантий по инвестициям в ФПГ, а также при эмиссии ими и размещении ценных бумаг;

в-пятых, нет соответствующих нормативно-правовых актов о привлечении частных инвестиций в проекты ФПГ;

в-шестых, при регистрации ФПГ необходимо иметь довольно сложный экономический проект, в котором обосновывается целесообразность создания группы, эффективность ее деятельности и народнохозяйственная значимость; требуется согласование проекта с Государственным комитетом по антимонопольной политике, с местной администрацией, Госкомимуществом и др.

При детальном анализе отечественных и зарубежных литературных источников не была выявлена логическая последовательность процесса создания, функционирования и оценки деятельности ФПГ с учетом их отраслевой специфики. В связи с этим актуальными являются вопросы, связанные с разработкой рекомендаций по совершенствованию механизма создания, функционирования и оценки деятельности финансово-промышленных групп.

Финансово-промышленные группы с момента их возникновения и по настоящее время продолжают оставаться объектом полемики по вопросам промышленной политики России. Основные аспекты этой полемики ярко отразились в результатах опроса, проведенного с участием авторов среди предпринимателей города Москвы и Московской области [1]. В опросе приняло участие 45 предпринимателей, в том числе руководители предприятий текстильной и легкой промышленности, коммерческих структур, менеджеры банковской сферы. В рамках этого опроса можно выделить три основных результата, отражающих взгляды предпринимателей на создание и функционирование финансово-промышленных групп. 32% опрошенных предпринимателей относятся к финансово-промышленным группам негативно, считая их монополиями, отягощенными традициями и структурой промышленности тоталитарного прошлого. 25% опрошенных предпринимателей смотрят на финансово-промышленные группы как на панацею от всех бед отечественной промышленности, в том числе легкой и текстильной, и как на средство выживания в конкуренции с крупными транснациональными компаниями, овладевающими российским рынком. Третья точка зрения (43% опрошенных) заключается в том, что финансово-промышленные группы имеют право на жизнь, однако государство не должно вмешиваться в процесс их образования, предоста-

вив рынку самому определять, что нужно экономике. Все три точки зрения имеют определенное право на существование, так как их появление вызвано реалиями современного экономического развития страны.

Однако отраден тот факт, что наибольшее число опрошенных предпринимателей придерживается усредненной точки зрения на создание и функционирование ФПГ. Эта точка зрения в наибольшей степени отражает реально действующие рыночные законы, не приближая ФПГ к естественным монополиям (что совсем не свойственно текстильной и легкой промышленности). Также группы не являются спасением экономики и отдельных отраслей от всех присущих им бед, нивелируя реальное нежелание предприятий и отраслей решать актуальные инвестиционные, ассортиментные, финансовые и другие проблемы. Но настораживает тот факт, что 32% опрошенных признают за финансово-промышленными группами определенные черты монополизации, что порождает страх бесконтрольного роста цен на производимую продукцию. Тем более, что среди финансово-промышленных групп могут быть и так называемые «неофициальные» группы, которые в значительной степени приближаются к естественным монополиям, но не имеют официальной государственной регистрации.

В ходе проведенного исследования было выявлено, что задачи создания, функционирования и оценки деятельности любой группы необходимо решать системно, в определенной последовательности, используя специально разработанную концептуально-структурную модель.

В результате исследования был разработан метод определения рейтинга финансово-промышленных групп на основе интегрального показателя рыночной устойчивости, экономической безопасности и деловой активности группы, позволяющий всесторонне оценить их деятельность и выявить различные их качественные состояния [2, 3], Этот метод также необходим для проведения внутреннего анализа группы, принятия управленческих решений и определения места в рейтинге различных групп.

Установлено, что общий рейтинг ФПГ необходимо определять по блокам и элементам, включающим: промышленные предприятия (материально-техническое снабжение, производство, сбытовую логистику и маркетинг), торговые фирмы, предприятия сферы услуг, научно-исследовательские организации и конструкторские бюро, банки, а также блоки «Финансы» [4] и «Менеджмент группы». Для реализации метода разработаны: перечень показателей, способы их расчета, методы определения сводной оценки по блокам; структурно-логические таблицы и схемы расчета удельных весов отдельных предприятий, фирм и блоков, входящих в ФПГ; специальные рейтинговые таблицы для оценки отдельных показателей, графики и уравнения зависимости балла от величины показателей; получена интерпретация оценок по составным частям и блокам модели.

Для детализации качественного состояния группы, сравнения с конкурентами или группой-эталоном целесообразно ввести в практику показатели относительной надежности ФПГ и потенциала группы, разработать диапазоны изменения оценок и матрицу экономического потенциала, а также дать характеристику различных вариантов достижения экономического потенциала. Для построения распределения зон формирования экономического потенциала рекомендуется использовать диаграмму Ганта [5].

Список литературы

1. *Зернова Л. Е., Ерохин Е. С.* Организационно-экономический механизм создания, функционирования и оценки деятельности финансово-промышленных групп. М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2009. 232 с.

2. *Зернова Л.Е., Ильина С.И.* К вопросу определения интегрального показателя рыночной устойчивости, экономической безопасности и деловой активности финансово-промышленной группы// Научная дискуссия: инновации в современном мире. 2016. № 5-1 (48). С. 110-115.

3. *Зернова Л.Е., Ильина С.И.* Деловая активность корпорации как фактор роста эффективности // Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции «НАУКА 21 ВЕКА: ОТКРЫТИЯ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ». 2016. С.114-115.

4. *Зернова Л.Е., Ильина С.И.* Оценка финансовых показателей в финансово-промышленной группе // Символ науки. № 2-2 (14). 2016 . С. 144-149.

5. *Зернова Л.Е., Ильина С.И.* Применение диаграммы Ганта для распределения зон экономического потенциала корпорации// Сборник статей Международной научно-технической конференции «Наука, Техника, Инновации». 2014. С. 446-449.

УДК 338.12

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ НА РАЗЛИЧНЫХ СТАДИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
EVALUATION OF ECONOMIC EFFICIENCY OF MANUFACTURING MANUFACTURES AT VARIOUS STAGES OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

Татьяна Витальевна Малышева
Tatyana Vitalevna Malysheva

Казанский национальный исследовательский технологический университет, Россия, Казань
Kazan National Research Technological University, Russia, Kazan
(e-mail: tv_malysheva@mail.ru)

Аннотация: В статье исследован характер инновационного развития и концентрация инновационной активности нефтехимических производств. Произведена оценка экономической эффективности инновационных затрат на различных фазах инновационного развития предприятий нефтехимического комплекса.

Abstract: The nature of innovative development and concentration of innovative activity of petrochemical industries are studied in the article. The estimation of economic efficiency of innovative expenses on various phases of innovative development of the enterprises of a petrochemical complex is made.

Ключевые слова: инновационное развитие, методика оценки эффективности, инновационные затраты, нефтехимические производства.

Keywords: innovative development, methods for assessing efficiency, innovative costs, petrochemical production.

В условиях нарастающей глобальной конкуренции и экспансии, с одной стороны, и экономических ограничений, связанных с геополитической напряженностью, с другой стороны, ключевым фактором конкурентоспособности компаний и достижения приоритетных позиций на мировом рынке является переход на инновационные технологии производства и ведения бизнеса.

Несомненно, инновационные технологии и продукты способствуют росту прибыльности бизнеса, повышают конкурентоспособность предприятий. В высокоразвитых странах темпы экономического роста во многом зависят от новых технологий, являющихся результатом реализации инновационных проектов. Вместе с тем, для инновационных процессов, в особенности, на этапе становления инновационной экономики, характерны неопределенность, рискованность, нестабильность, сложность прогнозирования. Характер инновационного развития во многом определяет и специфика промышленных производств. Не всем предприятиям удается в рамках функционирующей институциональной системы и меняющейся конъюнктуры рынка своевременно трансформировать нововведения из научной сфе-

ры в сферу производства. Зачастую инвестиционные вливания в разработку инноваций не дают предприятиям желаемого экономического эффекта или не приводят к выпуску инновационной продукции или услуг. Многие предприятия стремятся осуществлять инновационные преобразования в «прорывном» режиме, безобъективного учета имеющихся внутренних ресурсов и рисков внешних ограничений, что не всегда приводит к достижению стратегических целей.

Характер и эффективность инновационной деятельности можно оценить традиционным методом «затраты – результат» или отношением объема производства инновационной продукции к объему затрат на инновации [1].

На рис. 1 представлена динамика производства инновационной продукции на единицу вложенных затрат. Ресурсные возможности предприятий являются важным фактором, оказывающим влияние на развитие инновационной деятельности. Инновационные проекты зачастую характеризуются значительными объемами издержек на первоначальном этапе. Проекты, как правило, являются долгосрочными, что не дает предприятиям возможности получения «быстрой» прибыли. В этой связи, годовая динамика показателя эффективности является не показательной, а ее интерпретация – не корректной. Временной лаг между вложением затрат и получением эффекта можно сгладить путем суммирования исходных параметров за ряд лет.

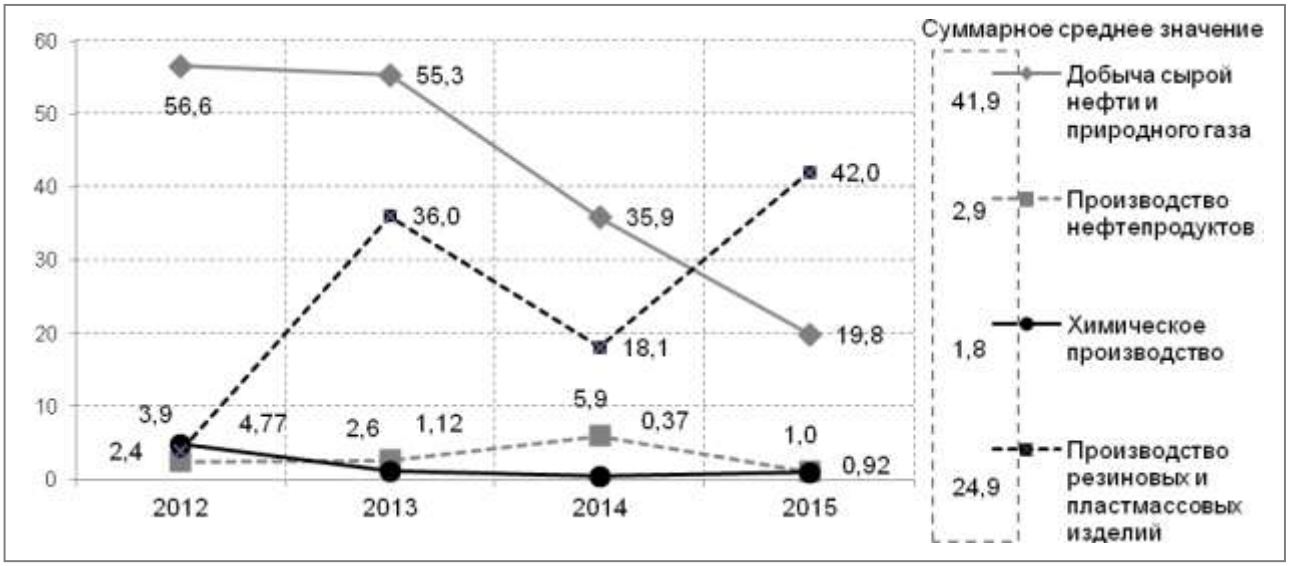

Рис. 1. Эффективность инновационных затрат по видам деятельности нефтехимического комплекса Республики Татарстан

Так, при сравнении инновационных вложений с объемами производства инновационной продукции оказывается, что в среднем по предприятиям добывающих и перерабатывающих нефтехимических производств суммарный четырехлетний эффект составляет 17,8 руб. на один рубль произведенных затрат и существенно различается по секторам нефтехимического комплекса. Наибольшую эффективность демонстрируют предприятия добычи нефти и природного газа, где с одного рубля вложенных затрат производится в среднем за 4 года (2012-2015 года) 41,9 руб. инновационной продукции. Около 25 руб. инновационной продукции на единицу затрат вырабатывают производства резиновых и пластмассовых изделий. Интенсивность инновационных затрат предприятий производства нефтепродуктов и химических производств составляет 2,9 и 1,8, соответственно.

Как видно, по лидирующим видам деятельности, а именно, добывающим производствам и производствам резиновых и пластмассовых изделий, показатель эффективности инновационных затрат имеет волнообразную динамику. Волнообразная кривая эффекта от инновационной деятельности имеет классический вид фазового развития и говорит о производст-

ве «реальных» инноваций, а не «имитации» инновационной деятельности, как это зачастую происходит при переходе экономики на путь инновационного развития [2].

Описанные выше кривые, характеризующие особенности инновационной деятельности производств, свидетельствуют о различном уровне концентрации в секторе экономики предприятий той или иной стадии инновационного развития. Предположительно, в добыче нефти и природного газа 2012-2013 года демонстрируют завершение фаз развития Expansion (Расширение) и Later Stage (Устойчивое развитие) у одной группы предприятий и началом реализации инновационных проектов (фазы Seed и Start–up) у другой группы предприятий.

Характер инновационной деятельности производств нефтепродуктов и химических производств имеет практически линейное строение, что не позволяет выделить фазы внедрения инновационных проектов. Данную ситуацию можно охарактеризовать либо как затянувшиеся начальные стадии Seed и Start–up, либо как введение ограничений на выпуск инновационной продукции ввиду неблагоприятной конъюнктуры рынка.

На рис. 2 показана кривая распределения массива исследуемых предприятий нефтехимического комплекса Республики Татарстан по уровню эффективности инновационных затрат. Здесь же автором представлен предполагаемый вид наиболее оптимального распределения предприятий по группам эффективности, характерный для сбалансированной инновационной экономики, где присутствуют в определенных пропорциях инновационные проекты от фазы Seed до фазы Later Stage.

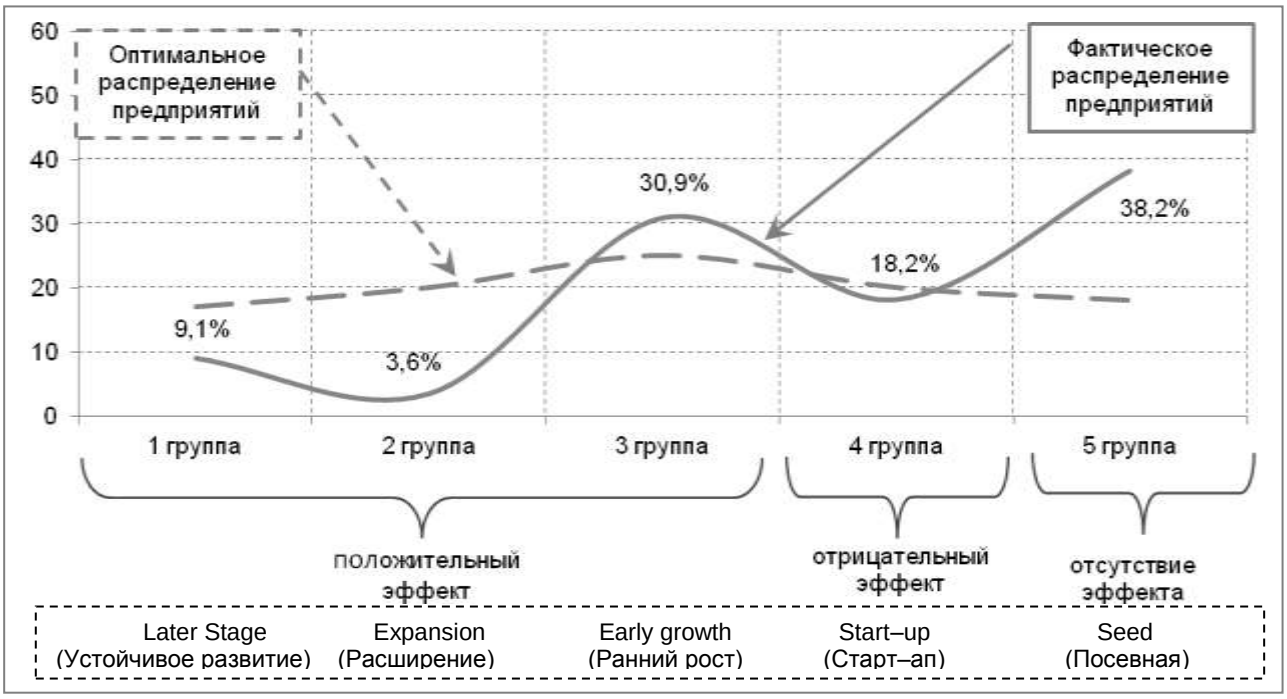

Рис. 2. Распределение массива предприятий по группам эффективности инновационных затрат (суммарный показатель эффективности за 2012-2015 года)

Кривую фактического распределения предприятий можно интерпретировать следующим образом. Согласно фазам развития инновационных проектов и присущей им эффективности инновационных затрат можно предположить, что порядка 55-60% предприятий добывающих и обрабатывающих нефтехимических производств находятся на начальных стадиях внедрения инноваций (фазы Seed и Start–up). Около трети предприятий или 30% вошли в самую ответственную пограничную фазу Early growth. На финальной стадии – фазе расширения Expansion и фазе устойчивого развития Later Stage находятся, соответственно, оставшиеся 10-15% инновационно-активных компаний. Данные предположения будут объективны при условии стандартного временного цикла внедряемых инноваций в 3-5 лет [3, с.111].

Предполагаемый вид наиболее оптимального распределения предприятий по группам эффективности имеет практически линейное строение с незначительным пиком в 3 группе. Линейный вид свидетельствует о равномерном распределении предприятий мезоуровня по фазам внедрения инноваций. Причем, оптимальное распределение будет иметь линейный вид при условии относительно стандартного временного цикла внедряемых инноваций и постоянно поддерживаемом уровне инновационной активности предприятий, т.е., завершая финальную стадию внедрения инноваций LaterStage, предприятие переходит на начальную стадию Seed для реализации нового инновационного проекта. Пиковое значение в зоне третьей группы с низкой положительной эффективностью говорит о более длительной фазе Early growth (ранний рост), где происходит ответственный переход инноваций в фазу Expansion (расширение), характеризуемый высоким риском попадания в «долину смерти»[4, с.185]. Фактическое распределение предприятий нефтехимического комплекса по группам экономической эффективности инновационных затрат на сегодняшний день в определенной степени приближено к предполагаемому оптимальному распределению, характерному для сбалансированной инновационной экономики. Однако имеются по меньшей мере две существенные зоны расхождения фактической и оптимальной кривых.

Первое значительное отклонение от нормальной кривой наблюдается в зоне начальной стадии внедрения инноваций – «посевной» фазе Seed. Данная ситуация может быть обусловлена как высокой активностью и максимальным вовлечением предприятий в 2014-2015 годах в инновационный процесс, так и затягиванием данной стадии внедрения инноваций. На стадии Seed инновационные проекты находятся в стадии формирования: предприятие имеет инновационный проект или бизнес-идею, проводятся необходимые НИОКР и первичные маркетинговые исследования. Для перехода на вторую стадию Start–up предприятие должно подойти к производству, как минимум, опытных образцов, и, как максимум, – организации серийного производства и выхода на рынок. По каким либо причинам, перехода инновационного проекта на стадию Start–up не происходит. Возможно, тормозящим фактором развития инновации является несовершенство НИОКР или низкая вероятность коммерциализации инновационной идеи. Таким образом, предприятиям необходимо более тщательно подходить к разработке или выбору инновационных бизнес–идей, развивать собственную научно-исследовательскую базу, а также эффективно взаимодействовать с профильными специализированными научно-исследовательскими институтами. Это проблема должна в полном объеме рассматриваться и на региональном уровне с позиций формирования экосистемы инноваций [5, с.142].

Второе отклонение в виде явного «провала» наблюдается в зоне фазы расширения инноваций Expansion. По всей вероятности, определенное число предприятий испытывают трудности с выходом в фазу расширения Expansion из фазы раннего роста Early growth. Как неоднократно говорилось выше, данный переход является центровым критическим во всем цикле инноваций и сопровождается высоким уровнем финансового и экономического риска. Возможно, отдельным предприятиям, «засидевшимся» на третьей ступени Early growth, удастся «прорваться» на следующий уровень реализации инновационного проекта, расширить производство и выйти на более высокий уровень эффективности инноваций. Вместе с тем, столь малочисленная 4 группа предприятий (3,6%) свидетельствует о возможной недееспособности отдельных инновационных проектов, т.е. их «затухании» в стадии Early growth. Иными словами, можно предположить, что часть инновационных проектов предприятий попали в «долину смерти». Таким образом, концентрацию инновационной активности добывающих и перерабатывающих нефтехимических производств Республики Татарстан можно охарактеризовать как относительно высокую. Инновационные преобразования в Республике Татарстан, как и в России в целом, находятся на начальной стадии, которой присущи неопределенность и нестабильность протекающих процессов, несовершенство институциональной среды – экосистемы инноваций. На сегодняшний день остаются достаточно «высокими»

барьеры для инноваций в реальном секторе экономики. Кроме того, предприятия недостаточно мотивированы к выбору модели инновационного развития. Это связано с низкой эффективностью проведения НИОКР собственными силами по сравнению с инвестиционными вложениями из-за слабой разветвленности и пропускной способности институциональной системы нововведений.

Список литературы

1. *Седаш Т. Н.* Инновационные проекты: особенности реализации и методы оценки // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2012. №2 (92). С. 20-27.

2. *Анисимов Ю. П.* Методика оценки инновационной деятельности предприятия // Инновации. 2006. №11. С.12-19.

3. *Faulkner T. W.* Applying «Options Thinking» to R&D Valuation // Technology Management. 2006. Vol. 39, № 3. P. 111-116.

4. *Malysheva T.V., Shinkevich A.I.* The Sustainable Development of Competitive Enterprises through the Implementation of Innovative Development Strategy // International Journal of Economics and Financial. 2016. № 6(1). P. 185-191.

5. *Шинкевич М.В., Малышева Т.В.* Совершенствование механизмов регулирования научно-инновационной деятельности на региональном уровне // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2016. № 5 (61). С. 142-151.

УДК 33:316.4 (476)

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ БЕЛАРУСИ
PROBLEMS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ORGANIZATIONS OF BELARUS

Валентина Константиновна Егорова
Valentina Konstantinovna Egorova

Витебский государственный технологический университет, Беларусь, г. Витебск
Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Belarus
(*e-mail: valego@tut.by*)

Аннотация: Инновационное развитие страны рассматривается сегодня в контексте его экономической безопасности. Высокий уровень инновационности экономики позволяет стране достойно участвовать в мировой конкуренции. Однако при осуществлении инноваций значительная часть предприятий сталкивается с такими негативными факторами как недостаток собственных источников средств, высокие процентные ставки по кредитам, высокие цены на строительство и оборудование, высокий уровень инфляции и др.

Abstract: Innovative development of the country is considered today in the context of its economic security. A high level of innovation in the economy allows the country to competently participate in world competition. However, when implementing innovations, a significant number of enterprises face such negative factors as lack of own sources of funds, high interest rates on loans, high prices for construction and equipment, high inflation, etc.

Ключевые слова: инновации, инновационная политика, инновационная активность, инновационная экономика.

Keywords: innovation, innovation policy, innovative activity, innovative economy.

Мировая экономика в настоящее время переживает период необратимой трансформации, стоит на пороге очередной промышленной революции, которая стирает привычные тех-

нологические границы, реформирует устоявшиеся технологические и производственные цепочки. Новая промышленная революция характеризуется слиянием технологий и стиранием границ между цифровой, производственной и биологической сферами. Все больше набирает обороты цифровизация различных сфер жизнедеятельности, что находит свое отражение в появлении «умных» городов, снижении роли посредников в экономике, возрастании конкуренции между цифровыми платформами и классическим банкингом и т.д. Возникает абсолютно новый тип промышленного производства, основанный на так называемых больших данных и соответствующей аналитике, полной автоматизации производства, технологиях дополненной реальности, интернете вещей и многом другом [1]. В этих условиях инновации стали приоритетным ориентиром для многих развивающихся и трансформационных стран, поскольку именно они открывают путь ускоренной модернизации и индустриализации как главным составляющим экономических реформ. Инновационная политика и экономические реформы позволяют сократить разрыв между странами в социально-экономическом и технологическом развитии, поэтому многие страны заявили о переходе к инновационной модели развития. Базовые принципы, признаки и индикаторы инновационной экономики предполагают высокий индекс экономической свободы и высокий уровень развития образования и науки; развитие 5-6-х технологических укладов экономики и достижение высокого качества жизни, человеческого капитала в его широком определении.

Переход к инновационной модели развития страны связан с формированием национальной стратегии инновационного развития, которая определяется уровнем развития научно-технического потенциала и экономики в целом.

Важной социально-экономической задачей является обеспечение высокого уровня инновационной активности белорусских предприятий. Однако при осуществлении инноваций значительная часть предприятий сталкивается с такими негативными факторами как недостаток собственных источников средств, высокие процентные ставки по кредитам, высокие цены на строительство и оборудование, высокий уровень инфляции, недостаточная кредитоспособность и др. В результате с 2011 года в Республике наметилась стойкая тенденция к ухудшению практически всех показателей инновационной активности [2]. Так, уменьшился удельный вес организаций промышленности, осуществляющих затраты на технологические инновации и абсолютно, и относительно. В 2015 г. он составил 19,6 % от общего числа организаций промышленности, что в 2 раза меньше, чем в среднем по ЕС–28, где инновационно-активными в области технологических инноваций были признаны 39,8 % предприятий [3, с. 13]. Почти на 30% в 2014 году по сравнению с 2013 годом уменьшились затраты на исследование и разработку новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов, более, чем на 50% - на приобретение компьютерных программ и баз данных, связанных с технологическими инновациями. Снизился удельный вес отгруженной инновационной продукции - до 13,1 % в 2015 г. [3, с.13].

Основной вклад в инновационную деятельность республики вносят крупные промышленные предприятия, которые имеют достаточные финансовые, интеллектуальные и кадровые ресурсы. В то же время мировой опыт свидетельствует, что значительный вклад в интенсификацию инновационных процессов могут внести малые предприятия. Анализ имеющихся статистических данных по РБ показывает, что уровень инновационной активности малых промышленных предприятий в 2012–2015 гг. был почти в 7 раз ниже, чем крупных. В 2015 г. лишь 4,41 % малых и средних предприятий осуществляли внутренние инновации, 3,49 % - внедряли продуктовые или процессные инновации и 1,54 % - маркетинговые или организационные инновации [3, с. 138]. Организационной инновацией является внедрение нового организационного метода в деловой практике организации, в организации рабочих мест или внешних связях. Маркетинговой инновацией является внедрение нового метода маркетинга, включая значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, продвижении на рынок или использовании новых стратегий ценообразования. Очевидно, что пока малые предпри-

ятия не могут оказать существенного влияния на рост общего уровня инновационной активности предприятий Беларуси. Крупные организации, будучи сами недостаточно активными в инновационной сфере, неохотно идут на сотрудничество с малыми предприятиями.

Приоритеты инновационной деятельности промышленных предприятий неуклонно смещаются к внедренческим стадиям инновационного процесса. Большинство промышленных предприятий Беларуси предпочитают осуществлять приобретение машин и оборудования (в 2015 г. этим занимались 43,3 % предприятий, а в 2014 г. – 53 %). Исследование и разработку новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов осуществляли в 2014 г. 28,7% предприятий, а приобретение новых и высоких технологий – всего лишь 12 организаций (0,03 %) из числа инновационно-активных [3, с. 24]. С одной стороны эти данные свидетельствуют о том, что промышленные предприятия предпринимают шаги по модернизации основных производственных средств с целью снижения издержек и повышения конкурентоспособности своей продукции. Но, с другой стороны. сложившиеся тенденции могут оказать негативное влияние на инновационный процесс и привести к потере предприятиями Беларуси способности самостоятельно создавать инновации, а значит, и к утрате преимуществ в производстве принципиально новой продукции. Следует отметить, что указанные показатели структуры затрат на технологические инновации выглядят вполне неплохо на фоне стран с сопоставимым уровнем экономического развития. Однако лидеры инновационной деятельности имеют несколько иную структуру. Так, например, в Швеции за период 2008–2013 гг. основные затраты направлялись на проведение исследований и разработок, выполненных собственными силами (61,4%) и исследования и разработки, осуществленные сторонними организациями (21,5%). Далее следуют затраты на приобретение машин и оборудования (15,6%) и затраты на приобретение новых технологий (1,5%) [2, с. 135-136]. Невысокая инновационная активность промышленных предприятий Беларуси привела к тому, что за 2008–2013 гг. доля отгруженной инновационной продукции предприятий в общем объеме отгруженной продукции товаров оставалась на достаточно низком уровне (около 15%), а в 2015 г. составила 13,1%. Относительно выше данный показатель был в организациях среднетехнологичных отраслей, занимающихся следующими видами экономической деятельности: производство транспортных средств и оборудования; производство машин и оборудования; производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования; металлургическое производство и производство готовых металлических изделий; производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов. В последние годы в промышленности Беларуси постоянно увеличиваются затраты на технологические инновации в фактически действующих ценах. Их удельный вес в общем объеме отгруженной продукции (интенсивность инновационной деятельности) в 2013 г. составил – 3,4%. Это сопоставимо с Эстонией (3,80%), Швецией (3,29%), Германией (2,86%) и больше чем в других странах ЕС и России (1,11%).

Технологические инновации включают в себя продуктовые и процессные инновации. Продуктовые инновации в максимальной степени определяют инновационную составляющую экономического роста, оказывая заметное воздействие на развитие производства. Они влияют на совершенствование ассортимента продукции, повышение ее качества и на расширение рынков сбыта. Процессные инновации обеспечивают усовершенствование способов выпуска продукции. В Беларуси на долю продуктовых инноваций в 2014г. приходилось 68,4% затрат на технологические инновации в промышленности. На процессные инновации – 17% [2,с.85]. Для оценки результативности инноваций в белорусской статистике с 2010 г. выделяются два уровня новизны продукции – «новая продукция для мирового рынка» и «новая продукция для внутреннего рынка». В 2015 г. «новая продукция для мирового рынка» составляла 1,8% от общего объема отгруженной продукции. Это существенно ниже, чем в странах ЕС–28. Так в Финляндии – 10,8%, Германии – 9,1%, Литве – 6,0%, Польше – 4,6% . Доля новой продукции для внутреннего рынка достигала 8,6%., что сопоставимо со многими

странами ЕС (Германия – 10,1%, Эстония – 9,3%, Словакия – 11,9%, Испания – 8,5%, Литва – 6,4%) [3, с.118]. Низкая в целом результативность инноваций заметно ослабляет конкурентные позиции белорусских производителей на внешних рынках. Подавляющая часть их экспорта приходится на продукцию, не подвергавшуюся технологическим изменениям, а доля экспорта инновационной продукции в торговом балансе страны в 2014 г. составила всего 2,62% [2, с.136].

Полезную информацию дают индикаторы инновационной деятельности организаций, позволяющие в определенной степени предвидеть, в каком направлении следует ожидать развития экономических процессов. К индикаторам науки и инновационного развития относятся относительные показатели, рассчитанные на основе данных о затратах на научные исследования и разработки, численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, расходах на образование, числе патентных заявок, отгруженной инновационной продукции и других. Табло Инновационного Союза (IUS) – это многоиндикаторный обзор результатов инновационного развития европейских государств в рамках Инициативы Европейского Союза, позволяющий сравнивать страны по уровню их инновационности в логической последовательности по цепочке «обеспечение – деятельность – результаты». Относительно благополучно в Табло Инновационного Союза (IUS) оценивается в Беларуси способность кадрового потенциала к восприятию инноваций, уровень образования кадров, государственной поддержки исследований и инновационной деятельности. Однако затраты на исследования, разработки и инновации, усилия фирм в области инновационного сотрудничества, а также экономические эффекты от инновационной деятельности оставляют желать лучшего [3, с.136-138]. Доля занятости в наукоемких видах деятельности (производство и услуги) к общей занятости выросла на конец 2015 г. до 28,5%, доля экспорта средне- и высокотехнологичной продукции в общем объеме экспорта - до 30,3%, доля экспорта наукоемких услуг в общем объеме экспорта услуг увеличилась до 33,4%, а вот продажа новых для рынка и новых для фирмы инноваций в общем товарообороте снизилась до 12,3% [3, с.140]. Таким образом, для современной Беларуси путь инновационного развития является единственно верным. Это обстоятельство осознается на государственном уровне. В ближайшее время следует ожидать реализации конкретных шагов в трех направлениях: 1. повышении эффективности белорусской науки, ее ориентации на нужды экономики; 2. модернизации и росте восприимчивости к нововведениям производственного комплекса страны; 3. совершенствовании общесистемных условий хозяйствования: социально-политических, институционально-правовых, организационных, экономических, региональных и др., а также механизмов мотивации и стимулирования инновационной деятельности, привлечения отечественных и зарубежных инвестиций в инновационные проекты, т.е. выработки сильной инновационной политики государства. Недостаточно высокие темпы роста инновационной активности белорусских организаций в настоящее время объясняются не столько отсутствием инноваций как таковых, сколько нехваткой знаний в области управления инновационной деятельностью или недостаточной проработанностью организационного механизма инновационной деятельности. Ключевую роль в решении этой проблемы должно взять на себя государство, которое, с одной стороны. должно выступать важнейшим катализатором и регулятором инновационных процессов, а, с другой стороны, – дальновидным политиком и грамотным стратегом в ходе реализации инновационной политики.

Национальная инновационная система (НИС) в Республике Беларусь находится на ранней стадии формирования. Для достижения целей, определённых Концепцией НИС, необходимо изменить подход к финансированию НИОКР, значительно расширив перечень прямых и косвенных инструментов (гранты, налоговые льготы и кредиты). Важная задача для Республики Беларусь - суметь в последующие годы совместить инвестиционную и инновационную стадии, одновременно заимствуя в рамках инвестиционного процесса зарубежные технологии и создавая в рамках инновационного собственные. Чтобы обеспечить высокий

экономический рост в последующие годы, Республике предстоит с помощью иностранных инвестиций продолжить ускоренную модернизацию, а за счет высокого уровня НИОКР и повышения эффективности инновационной системы создать и предложить мировому рынку собственные уникальные изделия и производства.

Наукоемкие, высокотехнологичные услуги должны стать «точками роста» для традиционных отраслей, способствовать дальнейшему наращиванию экспортного потенциала страны. Приоритетом инвестиционной деятельности государства должны стать знаниеемкие услуги, такие как финансовые, бизнес-коммуникации, образовательные, здравоохранение и производственные высокотехнологичные сектора. Именно сейчас, на стадии формирования, необходимо оценить адекватность формируемой модели НИС глобальным тенденциям. Ведущие мировые эксперты, исследующие модели НИС различных стран, признают, что наиболее эффективной является не модель треугольника, где главная роль принадлежит одному из элементов НИС, а модель «тройной спирали» (Triple Helix), в которой инновации рождаются на основе активного взаимодействия определённых институтов (власти, бизнеса и науки) на каждом этапе создания инновационного продукта [4].

Список литературы

1. Официальный сайт «РосБизнесКонсалтинг» [Электронный ресурс] - Москва, 2016 // http://www.rbc.ru/opinions/economics/12/02/2016/.-Дата доступа: 17.03.2016.

2. Наука и инновационная активность в Республике Беларусь: статистический сборник / И.С. Кангро, Ж.Н. Василевская, Е.И. Кухаревич, О.А. Довнар, Е.М. Палковская и др./ Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2015 // http://belstat.gov.by.-Дата доступа: 24.03.2017.

3. Наука и инновационная активность в Республике Беларусь: статистический сборник / И.В. Медведева, И.С. Кангро, Ж.Н. Василевская, Е.И. Кухаревич, О.А. Довнар, Е.М. Палковская и др./Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2016 // http://belstat.gov.by.-Дата доступа: 24.03.2017.

4. Инновационная политика в Республике Беларусь // Новости науки и технологий[Электронныйресурс].2013.//http://belisa.org.by/ru/izd/stnewsmag/3_2012/art9_22_2012.html . – Дата доступа: 26.03.2017.

УДК 334.02

СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ЛОГИСТИКЕ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
BALANCED SCORECARD IN LOGISTICS TEXTILE AND LIGHT INDUSTRY

Георгий Степанович Исааков
Georgy Stepanovich Isaakov

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

Аннотация: Статья посвящена вопросам комплексной разработки KPI в отделе логистики. Затрагиваются вопросы как теоретического обоснования построения системы ключевых показателей эффективности, так и возможности практического применения различных KPI по всей цепочке поставок.

Abstract: The article is devoted to the integrated development of the KPIs in Logistics Department. Addressed as theoretical basis of building a system of key performance indicators (KPIs), and opportunities for practical application of different KPIS throughout the supply chain.

Ключевые слова: логистика, измерение эффективности, ключевые показатели эффективности (KPI), бизнес-процессы, управление цепочкой ценности.

Keywords: logistics, performance measurement, key performance indicators (KPI), business processes, management of the value chain.

Состояние отечественной текстильной и легкой промышленности в настоящее время характеризуется отставанием от мировых тенденций, чем вызывает серьезную озабоченность профессиональных сообществ. Некоторые вопросы, связанные с повышением эффективности работы отрасли освещены в работах [3-5].

Значительное продвижение в этом направлении возможно с внедрением сбалансированной системы показателей (ССП), которые отражают совершенно определенную специфику и проблемы отрасли [1]. Одной из таких проблемных областей является логистика в текстильной и легкой промышленности, включающая в себя многообразие бизнес-процессов и систему взаимоотношений звеньев логистической цепи компании с внутренней и внешней средой. Как известно, современная логистика работает не только с материальными ценностями, но и с теми нематериальными составляющими, которые формируют конечную стоимость создаваемой ценности. Таким образом, функцией отдела логистики является управление цепочкой ценностей организации в части входной и выходной логистики (транспортировки), а также управления цепочкой поставок, включая управление информационными потоками как внутри компании, так и за её пределами и касающимися взаимодействия с поставщиками [2-5].

Рассмотрим несколько конкретных примеров того, как отдел логистики может создавать добавленную стоимость:

— выбирая подходящего поставщика отдел логистики может улучшать качество поставляемого сырья (здесь и далее, под сырьём понимается как продукты так и услуги или информация), тем самым улучшая качество производимого продукта;

— проводя эффективные переговоры или организовывая тендеры, отдел логистики может уменьшать цену поставляемого сырья;

— эффективно управляя процессом закупок, отдел логистики может уменьшать расходы на организацию закупки; посредством эффективного диалога с клиентским отделом/отделом продаж отдел логистики может улучшать клиентские спецификации таким образом, чтобы спрос удовлетворялся более эффективно и по более выгодной цене;

— через более тесную связь с клиентским отделом и поставщиками отдел логистики может избегать ситуаций перезатаривания склада невостребованной продукцией;

— эффективным управлением запасами, отдел логистики может минимизировать стоимость формирования и владения складским запасом и т.д.

Для повышения прозрачности и управляемости указанных выше процессов и создаются ключевые показатели эффективности. Британский институт закупок и поставок (Chartered Institute of Purchasing and Supply, CIPS) выделяет шесть критериев хорошего показателя эффективности:

- он должен быть надежным;
- он должен иметь смысл;
- он должен быть направлен на суть бизнеса или операционной проблемы;
- он должен быть честным и сбалансированным, показывающим как положительные

так и отрицательные аспекты;

- он должен быть способным изменяться и улучшаться;
- он должен «вести цель», т.е. должен улучшать измеряемый результат.

Как указывалось выше, отдел логистики работает не только с поставками товаров для производства или перепродажи, но с цепочкой ценности, и, соответственно, KPI могут быть установлены для всех звеньев этой цепочки. Особенностью, присущей KPI службы логистики, будет то, что далеко не все KPI будут показывать эффективность самого отдела как бизнес-подразделения внутри компании, многие KPI будут направлены на измерение объектов и процессов внешнего окружения, на которые в той или иной мере влияет или которые оценивает для принятия внутренних решений отдел логистики в процессе работы по своим процессам.

Так, например, помимо очевидных областей ответственности отдела логистики, для которых традиционно разрабатываются KPI, таких как уменьшение цен, контроль уровня запасов, время доставки, качество закупаемого сырья, имеет смысл вводить стандарты, ожидаемые цели и соответствующие им KPI в такие, на первый взгляд, второстепенные области деятельности логистики как: выбор поставщика – насколько выбранный поставщик по утвержденным критериям выбора соответствует действительным потребностям предприятия.

Если KPI постоянно уходит в отрицательную область, это сигнал для пересмотра критериев выбора поставщика; заключение контрактов – насколько заключенные контракты соответствуют закупочной политике компании.

Если данный KPI у закупщика постоянно уходит в отрицательную область, это сигнал или развить переговорные навыки у закупщика и команды переговорщиков или вообще сменить переговорщиков; размещение заказов – как быстро размещаются заказы.

Если KPI показывает увеличенное время, то стоит подумать об изменении процедуры размещения заказов как требующей излишне много времени на подготовку и оформление, либо перепоручить эту процедуру менее оплачиваемым сотрудникам, чтобы не отвлекать дорогостоящие ресурсы на бумажную работу; введение в компьютерную систему планирования или бумажные первичные документы начальных данных – каков процент ошибок на этом этапе. Как следствие может быть анализ, а какова стоимость этих ошибок?

Лишняя цифра в прогнозе или неверно поставленная запятая может привести к колоссальным запасам или к дефициту, который остановит производство; вообще, одна из современных концепций управления предприятием, так называемое маркетинговое управление, следующим образом определяет функции логистики и в рамках указанного подхода дает следующее определение логистике: маркетинговая логистика – деятельность по планированию, реализации, контролю физического перемещения материалов и информации от места производства к месту потребления с целью удовлетворения нужд покупателей на уровне, заданном маркетинговыми программами.

Следует отметить, что в рамках указанного подхода, маркетинговая логистика не подменяет собственно логистику. Она просто предполагает проверку принимаемых решений по проектированию логистических схем и процедур на предмет соответствия и поддержания ими стратегических маркетинговых решений. В настоящее время маркетинговая логистика, как наука молодая не является широко распространенной и вызывает много споров как в практических, так и в научных кругах.

Возвращаясь к ваимодействию подразделений, рассмотрим ещё взаимодействие с отделом продаж. Продавцы, продавая товар, чаще всего продают не конкретную вещь, а решение проблем покупателя, и если продавец точно объяснит отделу логистики и, если требуется, отделу разработки, для чего конкретно он продает ту или иную вещь, то в большинстве случаев, может быть предложено более экономичное решение. Например, если продается автоматический магистральный запорный узел (вентиль с датчиком положения заслонки и электромотором) для систем перекачки высокоагрессивных жидкостей (например, кислота, рас-

творитель), какой смысл использовать дорогой, точный, бесщёточный электропривод вентиля, способный проработать бесперебойно десять лет, если весь узел будет поменян через три года? Ну, просто не существует материалов, из которых изготавливают сам вентиль и трубопровод, способные выдержать перекачку высокоагрессивных жидкостей в течение десяти лет. В этом случае обязанностью специалиста по закупкам будет посоветовать к использованию в узле простенький недорогой привод, который, разумеется, выдержит положенные три года службы и сократит себестоимость в разы. И, естественно, уменьшит стоимость запасов, даже если и будет принято решение положить N-ное количество приводов на склад.

Так как управление складскими запасами – наиболее востребованная область для опредения KPI, непосредственно связанная с реальными деньгами, которые можно сэкономить или как минимум высвободить для других проектов, остановимся на их использовании более подробно: цена закупки – очевидно самый простой и понятный показатель эффективности, если мы хотим вести экономически эффективное производство, не стоит переплачивать за товары и услуги; стоимость затрат на складской персонал, затраты на организацию складских операций и поддержание инфраспруктуры склада – скорее относятся к операционным показателям и должны управляться операционным менеджером, но так как они участвуют в формировании цены хранения запаса их необходимо знать ответственному менеджеру по логистике и топ-менеджменту; средняя стоимость поддерживаемого запаса – должна быть настолько низка, насколько это возможно, в то же время нужно понимать, что низкий уровень запасов может привести к частым перезаказам, возможному полному обнулению складской позиции и как следствие остановке производства, возможной потере доверия потребителя, административным расходам на частые перезаказы и т.д. Важно сбалансировать все эти факторы определением оптимальных партий и точек перезаказа; количество поддерживаемых на складе позиций. Если их очень много на производственном предприятии это говорит о низком уровне стандартизации выпускаемой продукции и унификации узлов. Соответственно увеличиваются расходы на управление складом, количество специалистов по закупкам и вероятность человеческой ошибки; скорость подбора – ещё один операционный показатель. Чем ниже скорость подбора товарно-материальных ценностей при выдаче их со склада тем менее прогрессивные технологии использованы на складе; достигнутый уровень удовлетворенности внутреннего и внешнего клиента – ключевой показатель эффективности работы склада. Менеджмент должен периодически контролировать данный показатель; стоимость складских потерь – тесно связана с размером закупаемых партий товаров. Не секрет, что вероятность того, что товар испортится, растет со временем его нахождения на складе, а какой товар может испортиться в этом случае? Либо неликвидный, либо закупленный в очень большом количестве и поэтому долго хранящийся; уменьшение базы поставщиков – новый показатель, который появился вместе с концепцией о том, что лучше поддерживать более тесные отношения с меньшим количеством поставщиков, нежели каждый раз обращаться наудачу к пяти и более в поисках лучшей цены и условий.

Список литературы

1. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте /Андреас Прайснер. – М.: «Издательский дом «Гребенников», 2009. 308 с.

2. *Исааков Г.С., Ордынец А.А.* Логистика: учебное пособие – М.:МГУДТ, 2014. 81 с.

3. *Исааков Г.С.* Методика оптимизации управления запасами в текстильной и легкой промышленности // Химические волокна № 2, 2011. С. 60-62.

4. *Исааков Г.С., Гаврилова И.М.* Подход к разработке ключевых показателей эффективности в логистике // Инновационная наука, №10, 2015, С. 54-57.

5. *Исааков Г.С., Гаврилова И.М.* Использование логистических структур в текстильной и легкой промышленности // Сборник материалов 48-й МНТК преподавателей и студентов, посвященной 50-летию университета. УО «ВГТУ». – ВИТЕБСК, 28-29 апреля 2015. Т.1, С. 121-123.

УДК 658.5+330.33

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СТРУКТУРИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
SOME ASPECTS OF STRUCTURING BUSINESS PROCESSES OF THE MODERN ENTERPRISE

Светлана Аркадьевна Першукова, Римма Васильевна Политова
Svetlana Arkadyevna Pershukova, Rimma Vasilyevna Politova

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
*(e-mail: noskova-sv1978@*mail.ru, *rvp25@*mail.ru *)*

Аннотация: Рассмотрены основные существующие классификации бизнес-процессов на предприятии, приведены некоторые аспекты структурирования бизнес-процессов.

Abstract: The main existing classifications of business processes at the enterprise are considered, some aspects of structuring business processes are given.

Ключевые слова: бизнес-процессы, предприятие, основные процессы, вспомогательные процессы.

Keywords: business processes, enterprise, main processes, auxiliary processes.

В современной экономической литературе под бизнес-процессами понимают последовательность логически связанных процедур, имеющую несколько входов и несколько выходов и предназначенную для получения заданных конечных результатов. На сегодняшний день не существует единой общепринятой типологии бизнес-процесса. Поэтому одновременно используется множество различных классификаций по определенным признакам.

С одной стороны на предприятии бизнес-процессы можно рассмотреть как комплекс определенных регулярно повторяющихся деятельных актов при использовании ресурсов для достижения результата [1], или иными словами бизнес-процессы это ключевые процессы, которые объединяют задания и работу для выполнения определенных требований клиента. Они являются стратегически важными и в то же время специфическими с применением ключевых производственных компетенций. К ним относятся:

1. Управленческие (стратегический менеджмент, корпоративное управление).
2. Оперативные (основные процессы, ведущие основную деятельность бизнеса, в том числе, закупка полуфабрикатов и сырья, маркетинг и продажа продукции, разработка и управление товарным портфелем, производство продукции).
3. Поддерживающие (управление человеческими, финансовыми, информационными ресурсами, управление рисками, техническая поддержка).

Любой бизнес-процесс имеет три основные характеристики, которые отражают его сущность: бизнес-процесс и его стоимость, бизнес-процесс и длительность во времени, бизнес-процесс, как средство удовлетворенности ожиданий клиента.

Здесь особое внимание необходимо уделять бизнес-процессам и их стоимости [2]. Особенно актуальной становится эта задача в условиях кризиса, т.к. снижение рыночной стоимости предприятия является индикатором предкризисного состояния, в то время как рост ее стоимости свидетельствует о благополучном развитии.

С этой точки зрения бизнес-процессы и их стоимость делятся на:

1. Основные – бизнес-процессы, которые создают добавленную стоимость.

2. Вспомогательные – бизнес-процессы, не создающие добавленной стоимости, но необходимые для функционирования других бизнес-процессов.

На рис. 1 представлена объединенная классификация выше указанных бизнес-процессов на предприятии.

Рис. 1. Бизнес-процессы на предприятии

Бизнес-процессы могут определяться длительностью производственного цикла и жизненным циклом продукции. То, что является долгосрочным для одного предприятия, может быть краткосрочным для другого. Временной аспект может оказаться приемлем для одной сферы деятельности и непригодным для другой.

Понятно, что бизнес-процессы на этапе роста жизненного цикла продукции (ЖЦП) будут отличаться от процессов на этапе насыщения и этапе спада. На этапе утилизации ЖЦП будут происходить иные процессы. С самого начала работы по бизнес-процессу Продукция, ее разработку необходимо нацелить на успешные будущие продажи.

На этапе роста ЖЦП превалирующим бизнес-процессом будет маркетинговый бизнес-процесс по успешному продвижению продукции на рынок. Чаще всего в начале этого этапа управление бизнес-процессами напоминает работу диспетчера по реагированию на появившиеся угрозы. При прохождении первого этапа ЖЦП необходимо проводить отладку технологических дефектов в бизнес-процессе. Производство, как для улучшения качества продукции, так и для удовлетворения выявленных запросов потребителей.

Этап насыщения ЖЦП является наилучшим для получения наибольших результатов деятельности предприятия. Одновременно с этим, данный этап характеризуется необходимостью модификации продукта и системного улучшения его характеристик в бизнес-процессе Продукция. При наличии такой работы на предприятии продукция сможет дольше удержаться на «площадке» насыщения или подняться над ней в связи с началом новой части этапа роста ЖЦП. Такая оптимизация при наличии спроса на продукцию может проводиться несколько раз. Результаты деятельности предприятия, при сравнительно небольших затратах на модернизацию по сравнению с разработкой новой продукции, будут больше в связи с отсутствием этой работы.

На этапе спада ЖЦП также можно проводить оптимизацию бизнес-процессов. Однако возродить пропадающий интерес потребителей к устаревшей продукции довольно сложно, иногда время уже бывает упущено. Но такая возможность все-таки существует. Поэтому

предприятию необходимо прорабатывать и эту возможность. Этап ЖКТ по утилизации продукции обычно относится уже к действиям потребителей. Но, если имеются остатки продукции на предприятии, то эти остатки также необходимо утилизировать. Вопросы утилизации в нашей стране стоят особенно остро. Поэтому необходимо уделять особое внимание процессу утилизации. Можно продать устаревшую продукцию по низким ценам или повторно ее использовать в производстве других видов продукции как вторсырье. Например, в качестве разволокненного сырья в текстильном производстве ватина, некоторых видов нетканых материалов и т.д.

На бизнес-процесс, как средство удовлетворенности ожиданий клиента влияют, как методы ценообразования, так и личностные качества потребителей. Личностные качества потребителей можно рассматривать на основе составляющей фактора «Клиент» соответствующей модели управления предприятием или на основе маркетингового бизнес-процесса при оценке поведения потребителей.

Помимо общих целей организации, направленных на увеличение стоимости бизнеса, существуют подходы к систематизации бизнес-процессов в зависимости от изменения их масштабов [3]. Бизнес-процессам присущи степень неопределенности, временная ориентация и определенный горизонт.

Степень неопределенности на текстильных предприятиях обусловлена как рыночными условиями, так и настоящим историческим моментом, для которого характерны нестабильность политики и экономики и несовершенство инфраструктуры рынка и законодательных актов, касающихся производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Степень неопределенности может быть высокой, средней и низкой, что обуславливает уровень рисков (производственных, предпринимательских, коммерчески, финансовых). В зависимости от оценки уровня неопределенности необходимо предусмотреть соответствующие меры по снижению рисков.

Временная ориентация учитывает в бизнес-процессе его отношение к прошлому, настоящему и будущему. В зависимости от признака систематизации моделирования бизнес-процессов управления [4] по времени можно выделить четыре типа их организации: реактивный (учитывается только прошлый опыт), инактивный (приспосабливается только к настоящему), преактивный (направлен только в будущее) и интерактивный (ориентируется на взаимодействие всех лучших идей по данным видам бизнес-процессов в настоящем, прошлом и будущем).

Хозяйственная среда текстильного предприятия включает двенадцать групп хозяйственных взаимодействий (потоков) [4, с. 51-55]. Эти взаимодействия можно сгруппировать и соотнести с соответствующими бизнес-процессами: финансовыми, информационными, управленческими, производственно-технологическими, техническими, материальными, закупочными, сбытовыми, складскими, транспортными; бизнес-процессами по обеспечению коммунальными услугами, а также группу бизнес-процессов по влиянию на природу и человека. В группу производственно-технологических бизнес-процессов входят производственные (в рамках производственного процесса), инновационные и технологические бизнес-процессы. Группа бизнес-процессов по влиянию на природу и человека объединяет: экологические, коммуникативные, социальные, психологические, национальные и эргономические процессы.

Практически в любом бизнес-процессе задействованы две составляющие: техническая и личностная. Причем в технической составляющей также присутствует личностное влияние обслуживающего персонала.

Все бизнес-процессы проявляются как внутри предприятия, так и вне предприятия, и представляют собой по отношению к объекту внутренние и внешние факторы. Бизнес-процессы организации постоянно развиваются, в окружении и внутренних структурах происходят изменения. На них необходимо реагировать, анализировать, в результате чего от-

крываются новые горизонты бизнес-процессов, появляются новые термины и понятийный аппарат. Можно сделать вывод, что анализ бизнес-процессов – это непрерывный процесс их пересмотра. В хозяйственной внутренней среде предприятия происходят бизнес-процессы руководства предприятия в целом с руководством подразделений (производств, бригад, отделов) или руководства этих подразделений между собой, а также между персоналом внутри подразделений. В хозяйственной внешней среде бизнес-процессы предприятия-объекта происходят со всеми необходимыми для осуществления, обслуживания и обеспечения производственного процесса другими объектами производственно-хозяйственного внешнего окружения.

Внутренние и внешние бизнес-процессы оказывают разнонаправленное влияние на прибыль предприятия. Изменение одной их части увеличивает прибыль предприятия, а изменение другой их части приводит к снижению прибыли. Для увеличения прибыли бизнес-процессы можно измерить затратами. Для текстильных предприятий их количественными характеристиками являются затраты времени, расстояния, силы по их воздействию, а стоимостной характеристикой – затраты в себестоимости продукции [5, с. 285].

В работе были рассмотрены основные существующие классификации бизнес-процессов предприятия. В результате проведенных исследований можно сделать вывод, что бизнес-процессы предприятия находятся в постоянном движении. Следствием этого движения является появление новых терминов и понятийного аппарата.

Список литературы

1. *Щугорева Е.* Бизнес-процессы и оптимизация производства // http://www.: indivip.ru/sovety/biznes-processy-i-optimi zaciya-proizvodstva.html

2. *Ефимова О.В.* Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений – 4-е изд.- М.: «Омега-Л», 2013. 349 с.

3. *Котлер Ф., Келлер К. Л.* Маркетинг, менеджмент. СПб.: Питер, 2014 г.

4. *Акофф Л. Р.* Планирование будущего корпорации. М.: Прогресс, 1985.

5. *Политова Р. В.* Методы анализа влияния внутренних факторов на прибыль для оценки потенциала предприятия. / Сборник материалов Международной научно-техническая конференция «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ-2015) Ч.3.– М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2015 г.

УДК 338.51

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНЫ НА ПРОДУКЦИЮ НЕФТЯНОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ
PECULIARITIES FOR FORMING THE PRICE FOR THE PRODUCTION OF OIL-MECHANICAL ENGINEERING

Светлана Владимировна Фролова, Юлия Денисовна Ахтарова
Svetlana Vladimirovna Frolova, Yulia Denisovna Akhtarova

Тюменский индустриальный университет, Россия, Тюмень
Tyumen Industrial University, Russia, Tyumen
(e-mail: frolovasv@tyuiu.ru; julia4528140298@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые особенности формирования цены на продукцию нефтяного машиностроения, приведена сравнительная характеристика термина ценообразования, сформулированная различными авторами; определены основные факторы, влияющие на цену продукции нефтяного машиностроения; рассмотрен процесс ценообразования, как основа повышения конкурентоспособности обрабатывающих предприятий.

Abstract: Some features of price formation for oil machine-building products are considered, a comparative characteristic of the term of pricing formulated by various authors is given; The main factors influencing the price of the products of the oil engineering industry are determined; The process of pricing is considered as a basis for increasing the competitiveness of manufacturing enterprises.

Ключевые слова: ценообразование, нефтяное машиностроение, факторы ценообразования, импортозамещение, обрабатывающие предприятия.

Keywords: pricing, oil engineering, pricing factors, import substitution, processing enterprises.

Ценообразование является сложным и противоречивым процессом, в ходе которого приходится прибегать к различным компромиссам, учитывать интересы предприятия, действия конкурентов, рыночные условия, психологию покупателей и многие другие аспекты [1].

Особенно актуально ценообразование в нынешних российских условиях, когда, вследствие снижения покупательской способности и увеличивающейся конкуренции на рынке, для успешной деятельности предприятия наибольшее значение необходимо уделять выбору метода ценообразования.

Для того чтобы понять что такое ценообразование в табл. 1 приведены определения данного термина, сформулированные разными авторами [2,3], а также представлены различия и сходства между ними.

Таблица 1. Определения ценообразования

Автор	Определение	Различия	Сходства
А. С. Якорева	Ценообразование – это процесс, посредством которого происходит формирование цены на товар или на услугу.	Рассматривается через процесс формирования цены	Все авторы при раскрытии определения обозначают ценообразование, как формирование цены
И.К. Салимжанов	Ценообразование представляет собой процесс формирования цены на товар или услугу.	Является процессом формирования цены	
О.В. Васюхин	Ценообразование - это процесс формирования цен на товары и услуги	Является процессом формирования цены	
В. В. Бузырев	Ценообразование – это процесс формирования цен на товары, работы и услуги	Помимо товаров и услуг, выделяет цены на работу	

Таким образом, можно сделать вывод, что в целом определения являются идентичными. Представленные в табл. 2 авторы определяют ценообразование буквально в двух словах – формирование цены, благодаря чему не наносят лишнюю смысловую нагрузку. Определения сформулированы четко и кратко.

На формирование цен оказывают воздействие как государственные органы, так и сами субъекты экономической деятельности. В более узком смысле ценообразование – это разработка самими фирмами конкретной ценовой стратегии, увязанной с общими целями и основанной на общей политике ценообразования [3]. Рыночная цена товара формируется под воздействием множества факторов. На рис. 1 приведены как общие факторы, так и факторы, характерные для ценообразования продукции нефтяного машиностроения [2, 3, 4].

Рис. 1. Факторы, влияющие на установление цены

Первой и главной ступенью формирования цены является определение ее себестоимости. При ее расчёте следует учесть все издержки производства для получения планируемой прибыли. Все расходы делят на две группы: не зависящие (расходы на оборудование, приспособления и комплект инструментов) и зависящие (расходы на заработную плату рабочих и наладчиков, расходы на материалы, содержание, эксплуатацию и амортизацию оборудования, приспособлений и инструментов) от числа подлежащих изготовлению изделий.

Полная производственная себестоимость детали определяется методом калькуляции затрат. Метод калькуляции полной себестоимости – это метод, который предусматривает расчёт всех издержек (постоянных и переменных), связанных с производством и продажей единицы товара. Здесь рассчитываются валовые издержки или полная себестоимость единицы изделия. Для расчета цены на производстве нефтяного машиностроения составляется калькуляция по каждому наименованию продукции [2, 3, 5]. Для наглядности можно представить процесс ценообразования на рисунке 2 поэтапно, начиная от себестоимости продукта и заканчивая розничной ценой [6, 7, 8].

Влияние факторов на ценообразование нефтяного машиностроения представленны на рисунке 3[9].

Спрос на продукцию нефтяного машиностроения является производственным, то есть определяется потребностями в конечном продукте. Принимая решение о заключении договора на поставку оборудования фирма-покупатель обращает внимание не только на продажную цену, но и на возможные затраты по эксплуатации и ремонту оборудования, в связи с чем особое значение приобретают неценовые факторы. На спрос влияет степень чувствительности покупателей, так как затраты на приобретение оборудования входят в затраты и цену конечной продукции не одномоментно в полном объеме, а в течение длительного периода. Особое значение применительно к этому рынку имеет метод установления цен. Выбор метода ценообразования и ценовой стратегии в значительной мере зависит от степени новизны производственного оборудования и машин. Поскольку полезность продукции может быть определена на основе технической документации, то широкое применения в данной области получил параметрический метод ценообразования [10, 11].

Рис. 2. Процесс ценообразования

Рис. 3. Факторы, влияющие на ценообразование нефтяного машиностроения

Обобщив все выше сказанное, можно сделать вывод о том, что роль цены очень велика для современных предприятий, особенно для производителей продукции нефтяного машиностроения. От нее зависит положение и устойчивость производителя на рынке, его реальные возможности и перспективы, объем спроса на производимую им продукцию и величина прибыли. Необходимо своевременно анализировать влияние внешних и внутренних факторов на формирование цены на продукцию нефтяного машиностроения с целью повышения конкурентоспособности перед западными поставщиками нефтегазового оборудования в рамках имеющихся правительственных программ импортозамещения.

Список литературы

1. *Лукин В.Б.* Ценообразование: учебное пособие / В.Б.Лукин. – М.: МГУП, 2011. 183 с.

2. Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под ред. И.К. Салимжанова. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2001. 304 с.

3. *Бузырев В.В.* Ценообразование и определение сметной стоимости строительства: учеб. для студ. высш. учеб. заведений / В. В. Бузырев, А. П. Суворова, Н. М. Аммосова. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. 240 с.

4. Образование цен в нефтяной промышленности // http://bbcont.ru/business/cenovaya-politika-neftegazovoi-kompanii-obosnovanie-razrabotka-realizaciya.html

5. Методы ценообразования // https://uchebnikionline.com/marketing/rinkove_tsinoutvorennya__mazur_oye/metodi_tsinoutvorennya-6.htm

6. Методы ценообразования: рыночный метод // http://bs-start.ru/index.php/business-plan/poleznaya-info

7. *Васюхин О.В.* Основы ценообразования / – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2010.– 110с.

8. *Шевчук Д.А.* Ценообразование: учебное пособие. М.: ГроссМедиа : РОСБУХ, 2008. 240 с.

9. Расчет полной себестоимости изготовления детали // http://megaobuchalka.ru/5/10066.html

10. *Богданов В. В.* Экономика и организация производства : учебное пособие [Текст] / В. В. Богданов, В. А. Щепочкин, Т. Н. Рогова. – Ульяновск: УлГТУ, 2014. 252 с.

11. *Маховикова Г.А.* Ценообразование // http://www.std72.ru /dir/ceny_i_cenoobrazovanie/cenoobrazovanie_makhovikova_g_a/195

УДК 338.1/2:67

ПРОМЫШЛЕННИКИ И ИНСТИТУЦИОНАЛИСТЫ: НЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ, А СОТРУДНИЧЕСТВО
INDUSTRIALISTS AND INSTITUCIONALISTY: NOT CONFRONTATION BUT COOPERATION BETWEEN THE

Олег Вячеславович Кащеев, Валерий Александрович Афанасьев, Анна Сергеевна Гусарова
Oleg Vyacheslavovich Kascheev, Valeriy Alexandrovich Afanasiev, Anna Sergeevna Gusarova

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

Аннотация: Подпитываемая продолжающимся кризисом глобальная турбулентность мировых хозяйственных процессов обостряет проблему экономической безопасности для России. В статье излагается подход по формированию институциональной среды, поддерживающей национального производителя.

Abstract: The global turbulence of world economic processes fed by the proceeding crisis aggravates a problem of economic security for Russia. In article the approach to formation of the institutional environment that support the national manufacturer.

Ключевые слова: импортозамещение, легкая промышленность, экономическая безопасность, интернет-торговля, ВТО, государственная поддержка.

Keywords: import substitution, light industry, economic security, E-market, World Trade Organisation, government support.

Наблюдаемое ныне в России ухудшение важнейших макроэкономических характеристик, отягощенное санкциями западных стран, актуализирует проблему экономической безопасности страны.

Экспертный анализ возможностей удовлетворения потребностей государства, бизнеса и населения в условиях глобальной турбулентности и антироссийских экономических санкций

приводит к выводу о необходимости акцентирования национальной промышленной политики на практическом осуществлении импортозамещения.

Содержание и сложность этих задач не позволяют рассчитывать на их решение силами только производителей, функционирующих во внешней среде, формируемой в значительной мере институтами общества.

Необходима промышленная политика, предусматривающая экономически выверенную поддержку производителя государством и использующая непротиворечащие обозначенной проблеме концепции классического институционализма.

Иллюстрацией содержания такого сотрудничества может служить ситуация в области импортозамещения на рынках продукции легкой промышленности, уступившей в период либеральных реформ внутренний рынок зарубежному производителю.

Рынок текстиля, одежды и обуви один из самых емких в стране – 3 трлн. руб.; он уступает лишь рынку продовольствия, превосходит в 2 раза рынок автомобилей, в 4 раза рынок лекарственных препаратов и бытовой электроники. По оценкам Минпромторга в структуре рынка продукции легкой промышленности доля отечественных товаров составляла в 2016 г. лишь 25,18%, импорт – 40,4%, незаконно ввезенная и незаконно произведенная продукция – 34,5%.

Низкий процент отечественной продукции на внутреннем рынке обычно объясняют ее неконкурентоспособностью, что позволяет аналитикам, лоббирующим интересы ритейла, выражать сомнение в успехе политики импортозамещения. Между тем, декомпозиция проблемной ситуации «неконкурентоспособность отечественных товаров» обнаруживает истинную причину, сформировавшую и постоянно воспроизводящую эту ситуацию -«отсутствие условий справедливой (равной) конкуренции».

Либерализация внешней торговли, ценообразования и приватизация объектов розничной торговли, лишили отрасль ее товаропроводящей сети и вытеснили отечественные товары с рынка. Непрозрачность схем работы ритейла сделала возможным насыщение рынка контрабандным и контрафактным товаром, продукцией теневого производства, не обремененных таможенными и налоговыми платежами.

Крупные сетевые структуры не заинтересованы в отечественной продукции еще и потому, что зарубежные поставщики предлагают свои товары по более привлекательным схемам расчетов (по реализации), не - доступным российским производителям, не располагающим необходимыми оборотными средствами. Разрешать подобные конфликты интересов без опоры на концепции институционализма весьма затруднительно. Возможно, сближению интересов ритейла и отечественного производителя (помимо, активного внедрения в жизнь, предпринятого по инициативе Минпромторга России, Кодекса «Добросовестных практик») может способствовать развитие информационных технологий в формате интернет-магазинов.

Интернет-торговля представляет собой сравнительно новый канал распределения товаров, развивающийся значительно быстрее, чем растут объемы всей торговли.

Базовыми проблемами развития легкой промышленности (по резолюции 1-го международного форума "Легпромфорум-2017") являются: засилье незаконного оборота товаров легкой промышленности; издержки присоединения к ВТО; нехватка квалифицированных кадров; неразвитая система дистрибуции и реализации товаров легкой промышленности российского происхождения.

Принятые меры государственной поддержки позволили отрасли показать достаточно хорошие темпы развития.

Потенциал отечественной легкой промышленности в части импортозамещения реализуется не в полную меру ввиду отсутствия комплексной системы противодействия экспансии зарубежных товаров на внутреннем потребительском рынке. Осуществляемые ныне меры по ограничению закупок импортных товаров легкой промышленности для обеспечения госу-

дарственных нужд или безопасности продукции для детей и подростков, имеют пока «точечный» характер. Кроме того, защитные меры должны отвечать интересам не только производителей, но и основной массы потребителей продукции отрасли.

Система импортозамещения должна формироваться с учетом экономического назначения продукции, технологических особенностей производства, и т.п. Функция этой системы - достижение и поддержание экономически и политически обоснованного соотношения товаров отечественного и зарубежного производства на внутреннем рынке. Ее структурными элементами должны являться разнообразные инструменты экономического и административного характера, позволяющие устранять или снижать уровень рисков, связанных с импортозамещением, для государства, бизнеса и домохозяйств.

Что еще необходимо предпринять:

- продолжить работу по запрещению использования импортной продукции для государственных нужд, как на федеральном, так и на региональном уровнях, а также, для нужд компаний с государственным участием;

- решить блок вопросов, регламентирующих безопасность детской продукции; определиться со школьной формой;

- осуществить в рамках ВТО изменение/увеличение экспортных пошлин на отечественное сырье и полуфабрикаты;

- продолжить работу в области технического регулирования и стандартизации;

- внести изменения в Закон «О торговле», обеспечивающие преференции отечественному товаропроизводителю. Необходимо осуществить введение системы налогообложения для участников интернет- торговли;

- обеспечить реализацию лозунга: «Добросовестной конкуренции» через обеспечение условий равной конкуренции всех легально произведенных и легально ввезенных товаров.

Все это еще раз доказывает необходимость формирования институциональной среды, поддерживающей национального производителя более активной государственной промышленной политикой. Лозунг сегодняшнего дня – патернализм! Именно он обеспечит реальные механизмы импортозамещения.

Список литературы

1. http://minpromtorg.gov.ru/
2. http://www.gks.ru/
3. http://www.legpromforum.ru

СЕКЦИЯ 2.
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И БИЗНЕС ПРОЦЕССАМИ. МАРКЕТИНГ

УДК 331.101

ИЗМЕРЕНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА
THE MEASUREMENT OF LABOUR POTENTIAL

Сергей Григорьевич Радько, Сергей Геннадьевич Дембицкий
Radko Sergey Grigorievich, Dembitskyi Sergey Gennadievich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(*e-mail: skif13717@yandex.ru*; *umolegprom@mail.ru*)

Аннотация: Рассмотрены основные особенности трудового потенциала. Обоснована возможность измерения трудового потенциала как социально-экономической категории, состоящей из множества компонентов.

Abstract: Describes the main features of the labor potential. The possibility of measuring the employment labour potential as a consisting of many components social-economic category is substantiated.

Ключевые слова: трудовой потенциал, измерение, показатель, компонент, экономико-математический инструментарий.

Keywords: labor potential, measurement, indicator, component, economico-mathematical tools.

Одной из проблем, постулируемых в теории труда, является совершенствование управления персоналом с целью максимально полного использования способностей работников. Такие способности обычно рассматриваются на основе трудового потенциала, выступающего в качестве значимого средства реализации целей субъектов хозяйственной деятельности.

Трудовой потенциал определяет возможности отдельного индивидуума и различных групп работников участвовать в трудовой деятельности. Работник при выполнении трудовой деятельности использует свои личностные особенности: знания, умения, профессиональные навыки, нравственные качества, психологические свойства и т.д. Трудовой потенциал можно разделить на профессионально-квалификационный (приобретенный в процессе учебы и на производстве) и личностный (данный от природы).

Теоретические основы анализа трудового потенциала, позволяющие максимально полно учитывать личностные и профессионально-квалификационные характеристики работников, изложены в [1 – 5]. Одной из целей исследований потенциальных трудовых возможностей является разработка экономико-математического инструментария измерения трудового потенциала.

Трудовой потенциал имеет сложную структуру, включающую совокупность групп различных качеств, определяющих трудоспособность, в том числе:

– психофизиологическую группу, отражающую способности и склонности человека, состояние здоровья и т.д.;

– квалификационную группу, включающую общие и специальные знания, трудовые навыки и умения;

– личностную группу, характеризующую ценностные ориентации, уровень гражданского сознания и т.д.

Повышение качества управления кадрами тесно связано с необходимостью оценки потенциалов работников и их сопоставлением друг другом. Трудовой потенциал, являющийся социально-экономическим образованием, состоит из множества компонентов [1, 2]. Поэтому повышению результативности процедур сопоставления потенциалов поможет наличие инструментария измерения потенциалов отдельных работников и трудовых коллективов. Особенно ценно будет наличие такого инструментария, приемлемого для различных сфер человеческой деятельности. Причем, подходы к измерению потенциальных трудовых возможностей следует разрабатывать с учетом возможностей их использования и развития в перспективе. Требуется описывать механизм использования трудового потенциала и управления им, что в полной мере позволяло бы оценивать влияние личностных качеств работников на результативность их трудовой деятельности. На основании исследований трудового потенциала можно сформулировать основные относящиеся к нему проблемы.

1. Существуют разночтения в определении трудового потенциала. Различными авторами используются разнообразные, несогласованные друг с другом определения, нередко противоречивые по своей сути.

2. Отсутствует **общепринятый** перечень структурных компонентов трудового потенциала, на основании которого возможно получать представление о его внутреннем содержании.

3. Инструментарий измерения трудового потенциала для своего использования требует специальной подготовки.

Рассматривая поочередно отмеченные проблемы, можно заметить, что они взаимосвязаны и последовательно вытекают одна из другой. Если отсутствует ясное, понятное и общепринятое определение трудового потенциала, то естественно нет и его структуры. Если нет представления о структуре, то отсутствует и инструментарий анализа.

Вопрос об определении трудового потенциала является наиболее дискуссионным. Это логично, так как на основе определения трудового потенциала показывается его содержание. Трудовой потенциал выступает в качестве средств и возможностей, используемых для достижения поставленных предприятием (организацией) или отдельным работником целей. Для трудового потенциала на уровне предприятия в [1, 2] существует следующее определение.

Трудовой потенциал представляет собой **основанную на профессиональных знаниях, практических навыках, личностных и психофизиологических характеристиках способность работников реализовывать цели предприятия при надлежащем материально-техническом, информационном и организационном обеспечении процесса труда.**

Данное определение объемно, так как раскрывает особенности структуры трудового потенциала. Поэтому целесообразно его сократить и представить в следующем виде.

Трудовой потенциал представляет собой **способность работников реализовывать цели предприятия при надлежащем материально-техническом, информационном и организационном обеспечении процесса труда.**

Данное определение содержательно показывает то, что включается в трудовой потенциал. Поэтому оно является оптимальным с точки зрения представления содержания трудового потенциала и в достаточной мере информативно. Определение показывает, что именно способность работников являются основой для реализации поставленных трудовых задач. Далее целесообразно привести определение структуры трудового потенциала.

Структура трудового потенциала – соотношение компонентов, отражающих **профессиональные знания, практические навыки, личностные и психофизиологические характеристики**, относящиеся к способностям людей в сфере трудовой деятельности.

Система технико-экономических показателей трудового потенциала – система взаимосвязанных и взаимосогласованных показателей, характеризующих количественные и качественные особенности трудового потенциала и управления им.

Процесс производства обусловлен множеством конкретных условий и обстоятельств, к числу которых относятся степень ожидаемой отдачи от трудового потенциала и умение руководителя оценивать работников. Эффективная производственная политика требует скоординированных действий высшего управленческого звена с учетом всех возможностей кадрового состава. В связи с этим основными целями исследований трудового потенциала являются:

1) **унификация относящихся к трудовому потенциалу понятий и определений**;

2) **развитие экономико-математического инструментария анализа и оценки трудового потенциала.**

Для практических целей следует использовать модели, характеризующие особенности трудового потенциала как сложно организованного социально-экономического образования. В таких моделях должно учитываться содержание процесса управления персоналом. Поэтому в производственной деятельности однозначных решений в большинстве случаев получить нельзя.

Без углубленных исследований природы трудового потенциала сложно осуществить выделение условий для максимально эффективного достижения производственных целей. Состояние трудового потенциала характеризуется совокупностью значений показателей компонентов, зафиксированных на определенный момент времени. Конкретизировать оценку состояния трудового потенциала позволяет категория «концентрация», использование которой направлено на измерение трудового потенциала. Сравнение трудовых потенциалов работников с равным числом компонентов дает оптимальное представление об уровне концентрации потенциала при выделении наиболее значимых компонентов, определяющих возможность достижения основных целей предприятия. Необходимость сравнения трудовых потенциалов работников с равным или разным числом компонентов, а также вид показателя, относимого к каждому компоненту, определяются целями исследования и достаточностью информационной базы. Поэтому показатель «концентрация» является одним из наиболее приемлемых для использования в теории и практике анализа потенциальных трудовых возможностей работников.

Потенциал неотделим от своего носителя – работника, и поэтому, когда речь идет о концентрации трудового потенциала, исходным моментом является сосредоточение персонала в определенном производственном подразделении. Оптимальное сосредоточение работников подразумевает подбор на конкретные должности специалистов, способных наиболее эффективно выполнять трудовые обязанности с учетом их специфики. Следовательно, под **концентрацией** трудового потенциала следует понимать сосредоточение профессиональных знаний, практических навыков, личностных и психофизиологических характеристик работников, способных реализовывать цели предприятия. Требуемое для субъекта хозяйственной деятельности сосредоточение достигается путем:

- оптимального сочетания работников, обладающих необходимыми для эффективной трудовой деятельности навыками и умениями;
- эффективными управленческими действиями, позволяющими использовать в едином, требуемом для руководящего состава качестве знания, навыки и важные для трудового процесса разнообразные характеристики работников.

Концентрация представляет собой процесс, при этом наиболее явным признаком оптимального сосредоточения является численность кадрового состава. Таким образом, концентрацию трудового потенциала можно определить как сосредоточение работников с требуемым трудовым потенциалом в подразделениях с оптимальной численностью персонала.

В экономическом анализе концентрация обычно подразделяется на **абсолютную и относительную**, каждая из которых имеет свои особенности, которые требуется учитывать при измерении состояния трудового потенциала. Отличительные признаки концентрации и их значимость для анализа определяются целями исследования. Для абсолютной концентрации это – число работников, трудовой потенциала которых исследуется, и число компонентов, включенных в анализ. Признаками абсолютной концентрации являются: рост числа работников, обладающим значимыми профессионально-квалификационными характеристиками, а так же увеличение доли квалифицированных работников в общей их численности. Признаком относительной концентрации является необходимость учета неравенства трудовых потенциалов (работников или их групп), выраженных в относительной форме. При оценке относительной концентрации может выполняться оценка и сопоставление:

– распределения компонентов по признаку изменения показателя компонента (уменьшение или увеличение);

– распределения компонентов по признаку их значимости для предприятия.

Для измерения концентрации пригодны различные технико-экономические показатели, распределение которых может оцениваться по признаку абсолютной или относительной концентрации. Если выделить показатель, имеющий максимальную значимость для предприятия, то следует подчеркивать его значение, что достигается использованием термина «основной показатель».

Так как управленческому звену приходится оценивать соответствие затрат на управление кадрами ожидаемым производственным результатам, нужна система измерителей, которые позволяли бы адекватно оценивать все наиболее значимые компоненты и давали бы представление о состоянии системы трудового потенциала любого производственного подразделения или всего предприятия. Для этого необходимо создание методов, сводящих свойства и особенности трудового потенциала к численной оценке. Но сначала следует предварительно определить содержание, свойства и особенности потенциала работников, относительно которых удобно использовать термин «состояние».

Выбор оптимального показателя концентрации зависит от конечных целей измерения и наличия нужной информации. Так как показатели компонентов могут быть разными, выбор наиболее целесообразных показателей компонентов определяет и особенности выбора соответствующего показателя концентрации. При измерении концентрации трудового потенциала должны использоваться показатели наиболее значимых компонентов трудового потенциала, что вытекает из необходимости достижения целей предприятия. Необходимыми условиями для выбранного показателя концентрации являются следующие:

• показатель оценки состояния трудового потенциал должен соотноситься со всем трудовым потенциалом предприятия;

• должна существовать взаимосвязь между показателем концентрации и эффективностью деятельности предприятия (организации).

Сравнивая существующие в теории разновидности концентрации (абсолютную и относительную), можно отметить, что для экономического анализа более значимым является тип концентрации, позволяющий осуществлять оценку любых компонентов. Выбор основного показателя определяется возможностью его соотнесения с состоянием трудового потенциал и приоритетом с точки зрения основных производственных целей. Например, в качестве основного показателя могут выступать образование, трудовой стаж, удовлетворенность работой и т.д. Каждый из приведенных показателей может соотноситься с эффективностью деятельности предприятия. Отдельной и до сих пор не исследованной проблемой является отсутствие подхода, позволяющего соотносить доходность компонентов и состояние трудового потенциала.

Целью разработки измерителей концентрации трудового потенциала является получение инструмента для наглядного и максимально объективного представления о состоянии

трудового потенциала, достаточного для принятия эффективных решений в сфере управления кадрами. Получению такого инструмента будет способствовать выделение значимых взаимосвязей, определяющих единые блоки действий и условий процесса разработки показателей, позволяющих измерять состояние трудового потенциала.

Список литературы

1. *Радько С.Г.* Трудовой потенциал как социально-экономическая категория. СПб.: филиал издательства «Просвещение», 2010. 140 с.

2. *Радько С.Г.* Теоретические основы управления трудовым потенциалом. СПб.: филиал издательства «Просвещение», 2007. 318 с.

3. *Сибилева В.Я., Антонов А.П., Радько С.Г.* Подход к определению понятия трудового потенциала // Дизайн и Технологии. 2015. № 46(86). С. 96-100.

4. *Радько С.Г., Дембицкий С.Г.* Перспективные направления в развитии теории трудового потенциала. Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 8 частях. Часть 6. М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. С. 236-243.

5. *Радько С.Г., Пришляк Е.А.* Управление рисками при формировании и развитии трудового потенциала // Дизайн и технологии. 2015. № 48(90). С. 71-78.

УДК 338.45

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К МОТИВАЦИИ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА
NEW APPROACHES TO MOTIVATION OF THE GROWTH OF LABOR PRODUCTIVITY

Владимир Иванович Сарченко, Геннадий Федорович Староватов
Vladimir Ivanovich Sarchenko, Gennady Fedorovich Starovatov

Сибирский федеральный университет, Россия, Красноярск
Siberian Federal University, Russia, Krasnoyarsk
(e-mail: krasstroy@bk.ru; starovatovg@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрена проблема низких темпов роста валового внутреннего продукта в России. В качестве индикатора, позволяющего определять эффективность деятельности хозяйствующих субъектов, предлагается использовать объем валовой добавленной стоимости. Отмечается, что прямая зависимость заработка от добавленной стоимости послужит стимулом для роста производительности труда.

Abstract: The problem of low growth in gross domestic product in Russia. As an indicator to determine the efficiency of activity of economic entities, it is proposed to use the volume of gross value added. It is noted that the direct dependence of earnings on added value will serve as an incentive for the growth of labor productivity.

Ключевые слова: валовая добавленная стоимость, производительность труда, оплата труда, валовый региональный продукт.

Keywords: gross value added, labor productivity, salary, gross regional product.

Центральным макроэкономическим показателем в современном мире является валовой внутренний продукт (ВВП). Его производство на душу населения используется в качестве одного из критериев оценки уровня экономического развития. Деление объема ВВП на численность занятых в экономике дает показатель производительности труда.

Престиж страны, благосостояние населения обеспечиваются устойчивым ростом ВВП. Россия по среднедушевому ВВП по среднерыночному обменному курсу в 2016 году нахо-

дится на 73-м месте в мире, уступая Норвегии и США, соответственно, в 9 и 7,5 раза [1]. По производительности труда, рассчитанной по паритету покупательской способности, Россия отстает от Норвегии и США в 3,5 раза [2]. Актуальность проблемы обеспечения высоких темпов роста ВВП для России очевидна.

Более 80 % российского ВВП создается хозяйствующими субъектами регионов. Валовой региональный продукт (ВРП) представляет собой сумму валовых добавленных стоимостей, произведенных каждым предприятием, организацией на территории региона - субъекта федерации. Именно на уровне предприятий и организаций должен существовать хозяйственный механизм, обеспечивающий устойчивый рост производительности труда. То есть добавленной стоимости в расчете на каждого работника.

Государству нужен простой и ёмкий индикатор, позволяющий оперативно определять эффективность деятельности каждого хозяйствующего субъекта, экономики региона в целом и предпринимать необходимые воздействия с целью повышения вклада предприятий в ВРП, доходную часть бюджета и доходы домашних хозяйств. Этот учетный экономический показатель должен быть понятным для всех участников хозяйственной деятельности, в его росте должны быть заинтересованы наемные работники, руководители, хозяева предприятий и организаций, органы власти [3]. Таким показателем мог бы стать объем валовой добавленной стоимости (ДС), произведенной за отчетный период хозяйствующим субъектом. А главным мотивирующим фактором на её увеличение для каждого работника должна стать прямая зависимость оплаты труда от полученной ДС. Эта зависимость должна быть законодательно установлена для всех предприятий и организаций в виде лимитированной доли ДС, направляемой в фонд оплаты труда.

К сожалению, в законодательных актах для коммерческих организаций закреплена нацеленность на максимизацию прибыли. Все применяющиеся ныне методологические подходы и теоретические исследования в сфере определения показателей эффективности хозяйственной деятельности базируются на прибыли. В экономической политике доминирует бухгалтерский финансовый подход. Методология факторного анализа эффективности деятельности хозяйствующего субъекта построена на расчетах прибыли, которую исчисляют не менее чем в пяти вариантах [4]. В результате оценка эффективности деятельности организаций чрезвычайно усложнена и, чаще всего, не объективна. А интереса на увеличение ДС не возникает у всех участников хозяйственной жизни.

Для учредителей предприятий прибыль является источником дивидендов и средств на развитие бизнеса. И они не готовы существенную её часть отдавать государству в виде налога. Поэтому они ищут и находят пути официального занижения суммы прибыли как налоговой базы. В России нынче столько различных налогов и методов расчета налогооблагаемой базы, что уйти от налога или минимизировать его возможность всегда находится.

Стремление увеличить прибыль при стабильной выручке и сложившихся материальных затратах нацеливает руководителей предприятий и на снижение фонда оплаты труда (ФОТ). Уровень оплаты труда в частных предприятиях не регулируется ныне никакими государственными нормами. Утверждаемый ежегодно минимальный размер оплаты труда (МРОТ) позволяет работодателям оплачивать труд определенной части численности работников по уровню бедности. Российский МРОТ в 2015 году был в 13,5 раза меньше, чем в США. В то время как по объему ВВП страна уступала США в 2,35 раза.

Возможности «игры» с налогами и ФОТ хорошо видны на рис. 1. Преследуя субъективные интересы, учредители предприятий и нанятые ими менеджеры перманентно нацелены на принесение ущерба государству и сдерживание доходов работников.

Для них действует формула 1:

$$П^{\max} = B^{\max} - M_{\min} - T_{\min} - H_{\min} \qquad (1)$$

где $П$ – прибыль; B – выручка за отчетный период времени; M – материальные затраты производства; T – оплата труда; H – сумма уплаченных налогов.

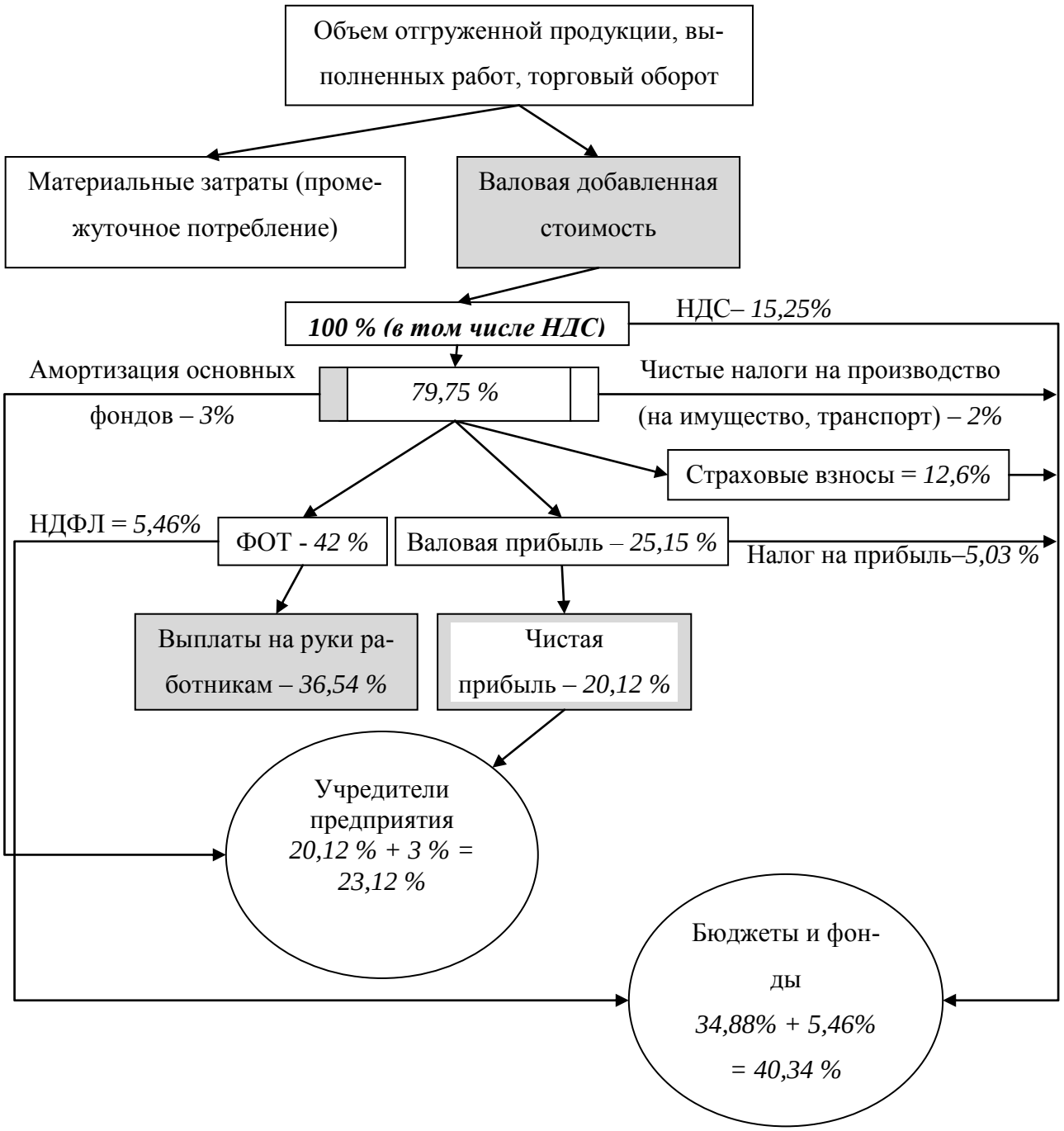

Рис. 1. Расклад добавленной стоимости на предприятии

В то же время и работники предприятия не заинтересованы в увеличении прибыли, поскольку её рост или снижение никак не влияют на их материальное благополучие.

На рисунке принято, что ФОТ составляет 42 % от ДС. По данным статистики это среднее значение в Красноярском крае за последнее пятилетие (см. табл. 1). На практике эта цифра является свободной переменной, не связанной с динамикой ВРП, а потому не относящейся к факторам мотивации работников на рост ДС. Явно просматривается в таблице полное отсутствие корреляции в динамике сальдированного финансового результата и суммы реальной начисленной заработной платы.

Таблица 1. Основные экономические показатели по Красноярскому краю [5,6]

Показатели	2005 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
ВРП (млрд. руб.)	439,75	1055,5	1170,8	1183,2	1256,9	1423,2	1579
Индекс физического объема ВРП в % к предыдущему году	103,3	105,8	105,7	105,8	102,9	101,0	97,6
Сальдированный финансовый результат (СФР) (млрд. руб.)			381,6	219,5	189,8	154,5	318,3
СФР к предыдущему году с учетом индекса потребительских цен в %			89,2	68,5	85,6	78,1	186,4
Сумма оплаты труда (млрд. руб.)	159,9	401,6	442,61	496,7	548,7	595,5	609,1
Индекс реальной начисленной заработной платы работникам организаций в %	108,8	107,7	102,6	106,1	104,0	102,0	93,6
Доля оплаты труда в ВРП в %	36,4	36,0	37,8	42,0	43,7	41,8	38,6

В то же время индекс физического объема ВРП и индекс реальной начисленной заработной платы соотносятся по тенденциям, но не совпадают.

Прямой зависимости заработка от полученной ДС не существует, а потому и нет у работников предприятий мотивации на рост производительности труда.

Доля оплаты труда, в сумме полученной ДС должна быть зафиксирована законодательно. И эта доля должна быть не 42 %, а по опыту развитых стран не менее 60 %. Этот опыт показывает: чем большая часть денежных средств, составляющих добавленную стоимость, проходит через «руки» работников, тем выше темпы роста валового продукта.

Человек – главный экономический ресурс, главный источник экономического роста. Только «дорогой рабочий» заставляет экономику переходить от экстенсивного к интенсивному типу развития, добиваясь прироста производства и улучшения качества за счет научно-технического прогресса, а не снижения цены труда.

Рост добавленной стоимости зависит не только от роста объема проданной продукции или оплаченных услуг, но и от цены продукта или услуги. А цена зависит от спроса и степени новизны продукции или услуги. В свою очередь спрос определяется финансовыми возможностями людей.

Высокие технологии и любые инновации, дающие высокую добавленную стоимость, появляются тем чаще и больше, чем выше компетентность, образованность работников (потенциал человеческого капитала). Рост этого потенциала требует наличия финансовых возможностей каждого человека. «Образование и профессиональная подготовка повышают производительность труда и в результате дают возможность иметь более высокие заработки» [7,8].

Выделяя в качестве основного мотивирующего фактора рост личного дохода работника в зависимости от вклада в ДС, мы не отменяем необходимость соблюдения ещё трех принципов, обеспечивающих наивысшую отдачу персонала. Эти четыре принципа были сформулированы академиком Трапезниковым В.А., директором Института проблем управления АН

СССР, еще в середине прошлого века. По его мнению, наивысшая эффективность работы предприятия, организации достигается, когда работники знают, могут, хотят, успевают. Но именно «хотение» имеет место только в случае простого и понятного материального стимулирования, когда их заработок напрямую увязан с произведенной предприятием ДС.

Для учредителей предприятий и менеджеров основой работы должна стать формула 2:

$$П^{\max} = B^{\max} - M_{\min} - K_1 * ДС - K_2 * ДС = ДС^{\max} - (K_1 + K_2) * ДС^{\max} \quad (2)$$

где доля оплаты труда ($К_1$*ДС) и сумма налога ($К_2$*ДС) являются законодательно закрепленными постоянными величинами по отношению к ДС. Методы упрощения системы налогообложения и применения ДС в качестве основного объекта налогообложения в данной работе опущены, они требуют отдельного рассмотрения.

Формула принимает иной вид при нацеленности на достижение максимальной суммы ДС (формула 3):

$$ДС^{\max} = B^{\max} - M_{\min} \quad (3)$$

Именно добавленная стоимость для хозяйствующего субъекта и ВРП для региона должны стать главными учетными экономическими показателями, индикаторами успешности, способными обеспечить эффективность управляющих и регулирующих воздействий.

Предлагается:

1. Перестроить учетно – расчетную работу на уровне хозяйствующих субъектов, нацелив её на точный прямой расчет добавленной стоимости в каждом отчетном периоде. Органам статистики повсеместно перейти на расчет ВРП производственным методом.

2. Принять в качестве основного показателя производительности труда объем валовой добавленной стоимости на одного работника.

3. Установить дифференцированно по видам экономической деятельности нормативы доли ДС, направляемой на оплату труда. Тем самым обеспечив прямую зависимость заработной платы работников от полученной ДС.

Список литературы

1. Список стран по ВВП на душу населения 2016 // 2016. http://investorschool.ru/spisok-stran-po-vvp-na-dushu-naseleniya-2016.

2. Рейтинг стран по уровню производительности труда // 2013. http://kanaev55.livejournal.com/491943.html

3. Чайковский Д.М. Теория и методология формирования и применения добавленной стоимости в условиях МФСО на микро и макроуровне. Дис. … докт. экон. наук. Орел: Государственный университет – учебно-научно-производственный комплекс, 2011. 310 с.

4. Савицкая Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты. М.: ИНФРА - М, 2008. 272 с.

5. Федеральная служба государственной статистики. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2016 г. // 2016. http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_14p/Main.htm

6. Красноярский край в цифрах 2015 / Под ред. Березовской С.И. Красноярск: Красноярскстат, 2016. 105 с.

7. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Пер. с 13-го англ. изд. М.: ИНФРА – М, 1999. 974 с.

8. Инженерное дело как основа устойчивого развития национальной экономики / Под ред. Сарченко В.И., Оборина Л.А. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. 194 с.

УДК 331.101

РАЗВИТИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА И ВЫДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ
THE DEVELOPMTNT OF LABOUR POTENTIAL AND THE ALLOCATION OF COMPETENCES

Валентина Анатольевна Пурыскина*, Сергей Григорьевич Радько,**
Valentina Anatolevna Puryskina*, Sergey Grigorievich Radko**

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(*e-mail: valya076@yandex.ru*; *skif13717@yandex.ru*)

Аннотация: Рассмотрены особенности трудового потенциала и выделения компетенций. Представлен метод аналитической иерархии, позволяющий оценивать различные аспекты деятельности по развитию трудового потенциала и выделению компетенций.

Abstract: The features of labour potential and the allocation of competences. The method of analytical hierarchy is presented for the evaluation of different aspects of development of labour potential and the allocation of competences.

Ключевые слова: трудовой потенциал, развитие трудового потенциала, компоненты, компетенции, метод аналитической иерархии.

Keywords: labour potential, the development of labour potential, components, competence, the method of analytical hierarchy.

Трудовой потенциал характеризуется множеством особенностей, относящихся к личностным качествам работников и особенностям производственной деятельности. Принятие управленческих решений, касающихся развития трудового потенциала, связано с процессом определения способов ведения эффективной кадровой политики и выбором компетенций. Чтобы принимать решения, требуется инструмент для сопоставления компонентов и компетенций и удобный как для анализа трудового потенциала, так и для принятия решений при сопоставлении компетенций [1].

Выявление и оценка компетенций осуществляется по поведению работника и результатам его труда. Не всегда представляется возможным в реальной практике управления персоналом выполнять наблюдение за работниками как по этическим, так и техническим причинам. Следовательно, принимаемые решения целесообразно основывать на какой-либо информационной базе, что требует создания соответствующей базы данных. В такую базу включаются:

- перечень характеристик работников, которые являются составляющими структуры трудового потенциала и выступают в качестве его компонентов;
- инструментарий оценки компонентов, дающий возможность их анализировать и принимать на основе полученных результатов управленческие решения (включает методы определения коэффициентов важности);
- перечень компетенций, формируемых на основе компонентов и являющихся отражением трудового потенциала [2, 3, 4].

Универсальный метод предоставляет возможность выделять компоненты независимо от того, какой тип деятельности осуществляют предприятия. Предприятия могут осуществлять деятельность в реальном секторе экономики, а могут быть сориентированы на удовлетворение интересов клиентов в сфере услуг. Поэтому при создании и внедрении различных

методов анализа трудового потенциала требуется находить инструментарий, обладающий признаком универсальности. Таким признаком обладают методы аналитической иерархии и функционально-стоимостной анализ, позволяющие выполнять глубокие системные исследования. Универсальный метод позволяет выделять характеристики работников, являющиеся наиболее значимыми компонентами трудового потенциала при реализации поставленных производственных целей.

Методы, подобные методу аналитической иерархии, дают возможность выполнять анализ узкой группе специалистов. Это позволяет сокращать расходы на исследования, отказываясь от найма внешних аналитиков, а так же выполнять анализ с требуемой для конкретных целей степенью приближения. Метод аналитической иерархии позволяет объединять личностные, психофизиологические и профессиональные характеристики в группы, соотнося их с определенными компетенциями и должностными обязанностями. Целесообразно каждую группу характеризовать одной компетенцией, наиболее полно представляющей суть объединенных по какому-либо признаку компонентов. Взаимосвязь следующая: **взаимодействие работников → компетенция → личностные, психофизиологические и профессиональные характеристики работников → описание компетенции → трудовой потенциал**. Данная последовательность обосновывается тем, что сначала выделяются компетенции, наиболее значимые для предприятия, а затем выделяются компоненты, определяющие конкретную компетенцию. При таком подходе по каждому компоненту приводится описание, которое так же является характеристикой компетенции. По каждому компоненту приводится описание, которое показывает соответствие уровня подготовки работника его трудовым обязанностям. Таким образом, описание выступает в качестве признака, характеризующего соответствие подготовки работника определенной компетенции. Или, по определению, приведенному в [5], отражает область вопросов, в которых работник осведомлен.

Результативность взаимодействия работников выступает в качестве **меры эффективности труда, характеризуемой достижением соответствия результата трудовой деятельности и ее цели (или степенью приближения к ней) с учетом и на основе качества трудового потенциала**. Качество трудового потенциала характеризуется степенью соответствия профессионально-квалификационных, личностных и психофизиологических характеристик работников основным целям предприятия. Профессионально-квалификационные, личностные и психофизиологические характеристик при соответствующем их выборе характеризуют качество взаимодействия. Поэтому результативность труда определяется значениями технико-экономических показателей трудового потенциала, являющихся так же отражением качества взаимодействия и отражающих достигнутый конечный результат труда. При таком подходе достижение критериев влияет на эффективность выполнения служебных обязанностей в конкретных должностях.

Компетенция предполагает расширенное и достаточно точное толкование профессиональных характеристик работника. Компонент отображает способность работника выполнять трудовую деятельность. Таким образом, компетенция является связующим звеном между критерием и компонентами. Содержание компонентов определяет последовательность действий при достижении критерия.

Коэффициенты важности компетенций по каждому критерию служат ориентирами для принятия качественных решений в процессе развития трудового потенциала. Анализ осуществляет по взаимосвязи: **идентификация элементов организации деятельности по развитию трудового потенциала → содержание компонента**. Относительная важность компетенций в наглядной форме представляется в виде шкалы отношений, определяющей уровни важности. Шкала позволяет сопоставлять компетенции и присваивать уровням предпочтений определенные значения. Для социально-экономических объектов следует создавать свои индивидуальные шкалы отношений, характеризующие их особенности.

Метод аналитической иерархии позволяет оценивать различные аспекты деятельности по развитию трудового потенциала и выделению компетенций. Его значительным преимуществом является то, что в процедурах выделения компетенций существует принципиальная возможность учитывать социальные, экономические, психологические особенности взаимодействия работников. При этом идентифицируются составные элементы организации деятельности по развитию трудового потенциала и выделению компетенций. Использование данного метода требует навыков логического мышления по определению взаимосвязи между целями предприятия, качеством трудового потенциала и компетенциями работников. Однако его применение к выбору компетенций для руководителей, стремящихся обеспечить устойчивое функционирование в конкурентной борьбе, позволяет отслеживать тенденции в развитии компонентов, оказывающих наибольший эффект на результативность выполнения служебных обязанностей.

Список литературы

1. *Пурыскина В.А.* Трудовой потенциал и компетенции развития работников. / Сборник научных трудов к 110-летию профессора Теодора Борисовича Поляка «Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития». М.: МГУДТ, 2016. С. 170.

2. *Радько С.Г.* Личностные качества и содержание компетенций работников // Сборник докладов международной научно-практической конференции “Инновационные и наукоемкие технологии в легкой промышленности”. М.: ИИЦ МГУДТ, 2008. С. 116.

3. *Радько С.Г.* Компетенция как составная часть трудового потенциала // Дизайн и технологии. 2009. № 12 (54). С. 134.

4. *Радько С.Г.* Компетенции как совокупный ожидаемый результат образования: монография. М.; СПб.: Нестор-история, 2014. 204 с.

5. Словарь русского языка: в 4-х т. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Полиграфресурсы, 1999. 736 с.

УДК 336.64

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ С ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ЕЁ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
RELATIONSHIP BETWEEN PAYABILITY AND THE ECONOMIC EFFICIENCY OF THE COMPANY

Алексей Павлович Антонов, Ирина Александровна Дружинина
Alexey Pavlovich Antonov, Irina Aleksandrovna Druginina

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: antonov_a_p@mail.ru; irinadrug@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрен подход к оценке платёжеспособности организации и эффективности её хозяйственной деятельности на основе сравнения характеристик каналов входящего и исходящего денежных потоков.

Abstract: Considered approach to assess the solvency of the organization and the effectiveness of its business activities on the basis of comparing the characteristics of channels incoming and outgoing money flows.

Ключевые слова: платёжеспособность организации, риск неплатёжеспособности, эффективность хозяйственной деятельности, денежный поток, канал денежного потока.

Keywords: solvency of the organization, the risk of insolvency, the efficiency of business

operations, money flow, money flow channel.

Любая хозяйственная деятельность, происходящая в рыночной среде, характеризуется вероятностью наступления ожидаемого события. Это обусловлено нестабильностью действия как внешних, так и внутренних факторов влияющих на позиционирование организации в рыночном окружении. В этих условиях каждый хозяйствующий субъект может столкнуться с ситуацией дефицита денежных средств. Это финансовое положение формируется в связи с несвоевременным поступлением высоколиквидных активов, что, в свою очередь, обусловлено замедлением процесса их обращения в целом и обозначается термином «неплатёжеспособность организации» или обратным ему термином «платёжеспособность организации».

Одной из современных базовых концепций финансового менеджмента является концепция денежных потоков, согласно которой с любой финансовой операцией может быть ассоциирован некоторый денежный поток, т. е. множество распределенных во времени выплат (оттоков) и поступлений (притоков), понимаемых в широком смысле. Этим обусловлен выбор метода анализа платежеспособности, основанного на анализе денежных потоков (ДП). Основная цель анализа ДП – оценить способность организации генерировать (формировать) денежные средства в должном объёме и в сроки, необходимые для осуществления предполагаемых расходов и платежей [1].

Термин «денежный поток» определяется как «количественные изменения в определённом временном интервале высоколиквидного актива организации» [2]. Этот подход позволяет описывать ДП на основе счетов бухгалтерского учёта.

Учёт поступающих денежных средств ведется по дебету 50-го (касса) и 51-го (расчётный счёт) счетов бухгалтерского учёта. Списанные денежные средства учитываются по кредиту указанных счетов. 52-й счёт (расчётный счёт в иностранной валюте) в рассмотрение не берётся, т.к. несёт второстепенную, обеспечительную роль и не аккумулирует доход организации.

ДП формируется из единичных поступлений или списаний денежных средств ($\Delta ДП_i$) за единичный промежуток времени (ΔT_i). В практике учёта денежных средств принято вести его за равные промежутки времени, по рабочим или банковским дням, т.е. $\Delta T_i = const$. С учётом введённых обозначений величина денежного потока ($ДП$) за период времени (T) определяется по формуле (1):

$$ДП = \sum_{i=0}^{N} \Delta ДП_i \, , N = T/\Delta T_i \, , \qquad (1)$$

Визуальное представление ДП имеет вид ступенчатого графика. Если провести две параллельные прямые, ограничивающие график ДП сверху и снизу, то расположенный между ними участок плоскости можно назвать каналом денежного потока (КДП) [3]. Процесс построения КДП подробно описан в работе [4].

КДП можно охарактеризовать углом наклона (α) и шириной (Ш). Угол наклона КДП является первой производной для функций, описывающих его границы, и может трактоваться как скорость (темп) изменения величины ДП. Ширина КДП характеризует размах варьирования ДП внутри канала.

Для оценки платёжеспособности (неплатёжеспособности) организации с помощью анализа ДП необходимо совместить в одной системе координат графики канала входящего денежного потока (КВДП) и канала исходящего денежного потока (КИДП). На совмещённом графике возможны три варианта взаимного расположения КИДП и КВДП. Это обусловлено соотношением их углов наклона ($\alpha^{КВДП}$ и $\alpha^{КИДП}$) [5].

Если $\alpha^{КВДП} > \alpha^{КИДП}$, то можно констатировать расхождение КВДП и КИДП. Это означает, что каждый потраченный рубль приносит дополнительный доход и происходит наращивание свободной денежной массы. Организация, характеризующаяся такой финансовой

ситуацией, обладает высокой инвестиционной привлекательностью. Достичь, а главное удержать её в условии рыночной неопределённости очень непросто. Необходимо благоприятное сочетание большого числа разнообразных внешних и внутриорганизационных факторов [5].

Следующий (второй) вариант соотношения КВДП и КИДП характеризуется равенством их углов наклона ($a^{КВДП} = a^{КИДП}$), что означает, сколько денег организацией тратиться, столько и возвращается. Для формирования инвестиционной привлекательности организации необходимо найти такие инвестиционные идеи, которые позволили бы достичь первого варианта соотношения углов наклона КВДП и КИДП [5].

Наконец, третий вариант, рассматривающий случай, когда угол наклона КИДП превышает угол наклона КВДП ($a^{КВДП} < a^{КИДП}$). Эта финансовая ситуация описывается графиком, приведённым на рис. 1.

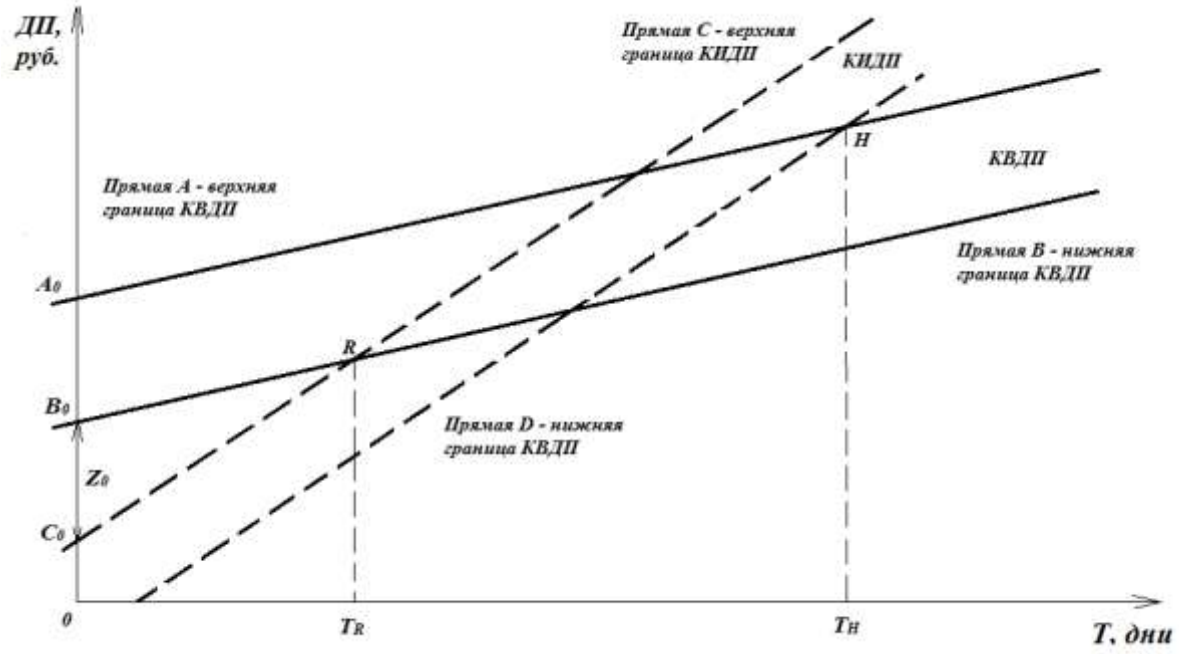

Рис. 1. График формирования неплатёжеспособности организации

В рассматриваемой ситуации темп роста расходов превышает темп роста денежных поступлений. При этом расходуется резерв платёжеспособности до момента его обнуления. На рис. 1 это точка *R,* которой соответствует временная характеристика T_R. При $T > T_R$ может возникнуть ситуация, характеризующаяся нехваткой денежных средств для осуществления обязательных платежей. Она оценивается вероятностью возникновения и поэтому трактуется как риск неплатёжеспособности [5]. Риск неплатёжеспособности возникает после пересечения верхней границей КИДП нижней границы КВДП и увеличивается до тех пор, пока не становится равным 1. Это соответствует точке Н на рис.1, когда нижняя граница КИДП пересекает верхнюю границу КВДП. Неспособность организации обслуживать свои финансовые обязательства принято определять термином «несостоятельность» [6].

Наряду с оценкой риска неплатёжеспособности, с помощью сравнения каналов денежных потоков можно оценить и соотнести результаты хозяйственной деятельности (*P*) с затратами на её осуществление (*З*). Беря во внимание условие, что угол наклона КВДП ($a^{КВДП}$) является характеристикой темпа поступления денежных средств на счета организации, можно определить величину входящего ДП на момент времени *T* и трактовать его как результат хозяйственной деятельности:

$$Р = a^{КВДП} * Т \quad (2)$$

Таким же образом, только на основе угла наклона КИДП ($a^{КИДП}$), можно рассчитать и величину затрат на осуществление хозяйственной деятельности организации:

$$З = a^{КИДП} * Т \quad (3)$$

На основании стандарта ГОСТ Р ИСО 9000-2015, соотношение между достигнутым результатом и использованными ресурсами трактуется как эффективность [7]. Результатом хозяйственной деятельности организации является завершение обращения текущих активов в виде поступлений на её монетарные счета. Затратами являются средства, списанные с тех же счетов. Таким образом, эффективностью хозяйственной деятельности организации является соотношение полученных и потраченных за определённый период (*Т*) денежных средств. Этот показатель (*Эф*) может быть рассчитан по формуле (4):

$$Эф = \frac{Р}{З} \quad (4)$$

Подставив в формулу расчёта эффективности хозяйственной деятельности (4) выражения (2) и (3), после несложных преобразований получается соотношение (5):

$$Эф = \frac{a^{КВДП}}{a^{КИДП}} \quad (5)$$

Размерность показателя эффективности хозяйственной деятельности составляет руб./руб., что показывает сумму полученных денежных средств на 1 руб. затраченных. Это означает, что эффективной может считаться та хозяйственная деятельность, которая характеризуется показателем эффективности, превышающим 1 (Эф > 1). Это, в свою очередь, возможно, если угол наклона КВДП превышает угол наклона КИДП ($a^{КВДП} > a^{КИДП}$), что совпадает с условием платёжеспособности организации в виде расходящихся КДП.

Неэффективной можно считать хозяйственную деятельность организации, если выполняется условие Эф ≤ 1. Это возможно при параллельных или сходящихся КДП, т.е. совпадает с ситуацией возникновения сначала риска неплатёжеспособности, а затем и несостоятельности организации. Таким образом, можно сделать вывод, что с помощью сравнения и анализа каналов денежных потоков устанавливается взаимосвязь финансовых и экономических результатов хозяйственной деятельности организации.

Список литературы

1. *Бочаров В.В.* Финансовый анализ. Краткий курс. – СПб.: Питер, 2009. 240 с.

2. *Антонов А.П.* Денежный поток: описание сущности понятия // Инновационная наука. № 1 / 2017 (в 2 частях). Часть 1, С. 14–17.

3. *Антонов А.П., Дружинина И.А.* Теоретические основы оценки риска неплатёжеспособности организации // «MANEKO», Journal of Corporate MANagement and EKOnomics, 02 / 2014. STU in Bratislava. Bratislava, 2014. С. 171–177.

4. *Селезнёва Е.С., Афанасьев В.А., Антонов А.П.* Алгоритм построения канала денежного потока // Инновационная наука. № 11 / 2015 (в 3 частях). Часть 1, С. 154–161.

5. *Антонов А.П., Дружинина И.А., Антонов А.А.* Динамический анализ платёжеспособности организации // Инновационная наука. № 2 / 2016 (в 5 частях). Часть 1, С. 23–28.

6. *Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.* Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. – М.: ИНФРА-М, 2011. 479 с.

7. ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 сентября 2015 г. № 1390-ст. – М.: Стандартинформ, 2015. 102 с.

УДК 658.511

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА МЕБЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ
INTRODUCTION OF TECHNOLOGY OF ECONOMICAL PRODUCTION THE FURNITURE COMPANY

Елена Александровна Белякова, Руслан Рушанович Сафин, Валерий Владимирович Губернаторов, Александр Евгеньевич Воронин
Elena Alexandrovna Belyakova, Ruslan Rushanovich Safin, Valeriy Vladimirovich Gubernatorov, Alexander Evgenievich Voronin

Казанский национальный исследовательский технологический университет, Россия, Казань
Kazan national research technological University, Russia, Kazan
(e-mail: elena.aleksandr@mail.ru)

Аннотация: Представлены результаты внедрения в рамках мебельного предприятия технологии бережливого производства, направленной обеспечение долговременной конкурентоспособности организации путем повышения ценности продукции и сокращения различных видов потерь (перепроизводство, простои, лишние перемещения, обработка, запасы, дефекты, нереализованный потенциал сотрудников) за счет постоянного совершенствования основных и вспомогательных процессов.

Abstract: The results of implementation in the framework of the furniture enterprise of technologies of lean production, directed ensuring long-term competitiveness of the organization by adding value to products and reducing various types of losses (overproduction, delays, unnecessary movement, processing, inventory, defects, untapped potential employees) through continuous improvement of core and support processes.

Ключевые слова: технология бережливое производство, мебельное предприятие.
Keywords: technology lean manufacturing, furniture company.

В настоящее время наблюдается тенденция развития технологии бережливого производства на предприятиях Российской Федерации. Первые попытки её введения были в автомобильной, авиационной промышленности и металлургии. На деревообрабатывающих предприятиях данную технологию начали вводить сравнительно недавно. Технология бережливого производства является современной концепцией, направленной на осознание ценности продукции и сокращение различных видов потерь (перепроизводство, простои, лишние перемещения, обработка, запасы, дефекты, нереализованный потенциал сотрудников) с помощью внедрения новых производственных и управленческих технологий. Постоянное совершенствование основных и вспомогательных процессов производства в итоге обеспечивает долговременную конкурентоспособность организации.

Целью работы был анализ мебельного предприятия и внедрение технологии бережливого производства. Постоянное совершенствование основных и вспомогательных процессов с целью обеспечения долговременной конкурентоспособность организации возможно за счет сокращения трудозатрат; сохранения или улучшения качества продукции; обеспечения безопасности сотрудников от несчастных случаев на предприятии путем внедрения прогрессивных методов организации труда и технологии производства (автоматизация производственных процессов, применение защитных средств и приспособлений, обеспечивающих снижение травматизма); минимизации сроков изготовления и поставки продукции; минимизации стоимости продукции, сохраняя или улучшая качество продукции.

Для достижения указанной цели решались следующие задачи: изучение методов сокращения трудозатрат и сохранения или улучшения качества продукции, анализ современных мебельных предприятий, изучение процессов внедрения технологии бережливого производства [1-4].

Основные принципы технологии бережливого производства:

– определение ценности конкретного продукта, производитель формирует ценность, а потребитель ее определяет;

– определение потока создания ценности для этого продукта, ценность определяет, какие издержки будут отличительной частью производства, а также какие издержки можно целиком устранить из процесса создания продукта;

– организация непрерывного движения потока создания ценности продукта, для результативности массового производства с поточным производством продукцию необходимо выпускать большими партиями, что поможет получить должную экономию от масштаба и приобрести дорогое специализированное оборудование;

– минимизация затрат хранения и угроз перепроизводства за счет «вытягивания» продукта, когда время на его изготовление в значительной степени сокращается, что дает возможность изготавливать только то, что заказчику требуется в настоящий момент («вытягивание» продукта от производителя);

– постоянное стремление к совершенствованию.

Издержки технологии бережливого производства:

– необходимость значительных организационных изменений и готовность персонала к данным изменениям;

– возможны существенные материальные затраты;

– переподготовка кадров;

– необходимость тесного взаимодействия с поставщиками, заказчиками, и способность поставщиков поставлять продукцию надлежащего качества в строго установленное время;

– длительные сроки внедрения;

– отсутствие достаточной государственной поддержки.

На основе методов и инструментов технологии бережливого производства было проанализировано современное мебельное предприятие общей площадью 500м^2. Арендуемое производственное помещение соответствует всем стандартным требованиям, находится в промышленной зоне на выезде из города и имеет удобные подъездные пути. Размер помещения соответствует техническим и эксплуатационным параметрам для оборудования, по функциональному назначению разделено на 4 части: первая часть – это производственное, вторая – административно-бытовое помещение, третья часть – выставочный зал и четвертая часть – складское помещение. Оборудование для всего цикла производства мебели располагается на площади в размере 350м^2, образцы производимой мебели выставлены в выставочном зале, который занимает площадь 50м^2. Административно-бытовая служба размещается на 50м^2 и столько же отведено для складских помещений. Несмотря на рентабельность, стабильную прибыль производства были определены стандартные типы «потерь»:

– перепроизводство – производство большего объема раньше и быстрее, чем это требуется на следующем этапе процесса;

– излишние запасы;

– дефектный продукт;

– дополнительная (излишняя) обработка или перемещение – дополнительные усилия, которые не увеличивают прибавочной стоимости (ценности);

– ожидание – перерывы в работе, связанные с ожиданием людских ресурсов (рабочей силы), материалов, оборудования и информации;

– персонал – неполное использование навыков и опыта, умственных и творческих способностей персонала;

– потери при транспортировке – ненужные перемещения частей и материалов внутри производства.

С помощью инструмента «Анализ узких мест» определили этап производственного процесса, который снижал общую производительность, то есть оборудование, которое максимально загружено (слабое звено), сверлильно-присадочный станок Comec 2200 [5]. Было принято решение внести изменения в график работы с привлечением дополнительного оператора. С помощью инструмента «Непрерывный поток» усовершенствовали производство так, чтобы процесс проходил с минимальными перерывами между этапами. В результате внедрения в работу предприятия технологии бережливого производства были решены такие проблемы как повышенное число рекламаций, дефектов продукции неконтролируемое распределение работы сотрудников производства, а также запасов и расходов, простои. По результатам процесса внедрения данной технологии количество рекламаций сократилось на 40%, а рентабельность продукции повысилась на 25%.

Таким образом, бережливое производство – это методика, направленная на систематическое сокращение затрат. Ее задача заключается в проектировании и внедрении производственной линии, способной изготавливать разные виды продуктов ровно за то время, которое действительно для этого необходимо.

Внедрение технологии бережливое производство позволило компании: повысить эффективность производства, снизить издержки, повысить рентабельность, выстроить гибкое производство, быстро и без потерь реагирующее на изменение спроса и ситуацию на рынке, повысить качество продуктов на всех этапах их производства (создания), ускорить процесс модернизации, создания новых продуктов, повысить степень координации действий между подразделениями, сотрудниками повысить степень удовлетворенности клиентов.

Представленная работа выполнялась при поддержке гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых – докторов наук (МД-5596.2016.8).

Список литературы

1. *Вдовина Т.Е.* Бережливое производство на предприятии: основные принципы обеспечения конкурентоспособности и управления затратами // Вестник экономики, права и социологии. №1, 26-29, 2009.

2. *Джордж Л. Майкл.* «Бережливое производство + шесть сигм» в сфере услуг: Как скорость бережливого производства и качество шести сигм помогают совершенствованию бизнеса. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 400 с.

3. *Левинсон У.* Бережливое производство. Синергетический подход к сокращению потерь. М.: Издательство – ЦентрОргПром, 2007 г. 270 с.

4. *Сафин Р.Р.* Повышение экономической эффективности фанерных предприятий // Матер., Тез. Докл. VI Международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы развития современного общества». Курск: ЗАО «Университетская книга», 2016. С. 266-268.

5. *Сафин Р.Р.* Выбор оптимального варианта технологического оборудования для деревообрабатывающего производства // Деревообрабатывающая промышленность. № 5. С. 22-25, 2009.

УДК 336.71

ПРИМЕНЕНИЕ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ CAMEL ДЛЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ
THE APPLICATION OF CAMEL RATING SYSTEM TO ASSESS THE COMPETITIVENESS OF COMMERCIAL BANKS

Людмила Евгеньевна Зернова
Liudmila Evgenievna Zernova

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

Аннотация: Рассмотрены особенности международной системы CAMEL для оценки конкурентоспособности банков, выявлены преимущества и недостатки различных рейтинговых систем. На основе системы CAMEL разработана и апробирована методика рейтинговой оценки коммерческого банка с учетом особенностей российской банковской теории и практики.

Abstract: The peculiarities of the international system CAMEL to assess the competitiveness of banks were analyzed. We identified the advantages and disadvantages of various rating systems. Based on the CAMEL system the methodology of rating commercial Bank with the features of the Russian banking theory and practice. was developed and tested.

Ключевые слова: банк, конкурентоспособность, рейтинговые системы, надежность банка.

Keywords: bank, competitiveness, rating systems, bank reliability.

Актуальность темы исследования связана с широким спектром операций и услуг, выполняемых коммерческими банками, обострением конкуренции на банковском рынке и острой необходимостью для предприятий и фирм использовать разнообразные услуги коммерческих банков. С работой банка сталкиваются сотрудники любых экономических, а иногда не экономических подразделений организации. При банкротстве или ликвидации банка юридические лица страдают в большей степени, чем физические (для юридических лиц нет системы АСВ - Агентства страхования вкладов и отсутствует страховая сумма в размере 1,4 млн. руб.). Юридические лица могут рассчитывать на получение средств только при продаже имущества ликвидируемого банка. В связи с этим необходимо правильно выбрать банк, учитывая его конкурентоспособность и надежность [1].

При этом потребители банковских услуг, потенциальные клиенты и инвесторы часто используют рейтинги. Они очень многочисленны и разнообразны, включая отечественные и зарубежные банковские рейтинги. Как показал проведенный нами анализ, результаты рейтингов отличаются друг от друга. Рейтинги нужны ЦБ РФ, правительству для работы с банковской системой. Поэтому необходимо продвижение в банковскую практику более развернутых и открытых (прозрачных) систем оценок банковской деятельности, что послужит не только интересам внутренних структур банков, ЦБ РФ, государства, но и интересам юридических и физических лиц, пользующихся услугами банковской сферы. Одной из самых распространенных в мире, но мало адаптированных к нашей банковской системе, является система CAMEL. Применение системы CAMEL поможет подробно оценить управление, финансовое состояние и качество операций банка, а в итоге – его конкурентоспособность [2].

Целью исследования является проведение анализа функционирования банковской системы и разнообразных рейтинговых систем оценки надежности банков, выявление их преимуществ и недостатков, и разработка на основе известной системы CAMEL методики рейтинговой оценки коммерческого банка с учетом особенностей российской банковской теории и практики [3].

Анализ итогов работы банковской системы показал, что наиболее мрачные прогнозы ее развития в 2016 году не оправдались. Рублю и ценам на нефть была свойственна скорее волатильность, а не турбулентность. Банки научились выживать в условиях дефицита дешевых денег. Отрицательным явлением при росте кредитов и депозитов является снижение прибыли в 3 раза, появление значительного числа убыточных банков и значительный рост просроченной задолженности – на 54%, что характеризует те тенденции, которые происходят в экономике страны и обществе. Банки – лишь отражение этих явлений.

Прошедший период характеризовался масштабным отзывом лицензий у банков, ведущих рискованную политику и имеющих низкую надежность. Также значительно обострилось кибермошенничество в банковской сфере (фишинг, спуфинг, вишинг, фарминг, скимлинг др.).

В 2016 - 2017 годах инфляция в стране несколько снизилась, В связи с этим тенденция к снижению коснулась и ключевой ставки ЦБ РФ до 9,75% , направленной на таргетиование инфляции.

В рамках исследования были уточнены определения надежности и конкурентоспособности коммерческого банка, а также изучены и проанализированы многие отечественные и зарубежные рейтинговые системы. Были выявлены их основные достоинства и недостатки. Большинство из перечисленных рейтинговых систем имеют определенные неточности в методике оценки (использование исключительно финансовых показателей, закрытость, отсутствие обоснованности выбранных коэффициентов, отражение лишь текущего состояния банка, излишняя сложность и проч.). Это делает бессмысленным достижение цели определения надежности банка. Однако, рейтинговая система CAMEL, основанная на комплексном всестороннем подходе, гибкой вычислительной методике, принимающая во внимание степень уровня риска, при адаптации ее к российской системе учета и отчетности может дать весьма объективный результат о деятельности банков, спрогнозировать их будущее положение и конкурентные преимущества.

Аббревиатура CAMEL представляет собой сочетание начальных букв всех анализируемых компонентов (достаточность капитала, качество активов, качество управления, доходность, ликвидность). Таким образом, разработанная нами методика представляет собой последовательную оценку всех перечисленных компонентов с помощью расчета определенных показателей и коэффициентов. На их основе определяется сводная оценка надежности коммерческого банка. Предложенная методика апробирована на примере банка ВТБ24.

Результаты расчета показали, что сводный рейтинг Банка ВТБ24 на 01.01.2017г. немного ухудшился (на 0,03 балла) по сравнению с рейтингом на 01.01.2016г., что обусловлено одновременным ухудшением качества активов и улучшением достаточности капитала, доходности и ликвидности. При этом темп ухудшения качества активов был больше, чем темп улучшения остальных показателей. Итоговая оценка (рейтинг) составила 2 балла (удовлетворительный), и на этой основе можно сделать общие выводы. Банк может справиться с колебаниями в экономике, что особенно актуально в условиях неопределенной экономической ситуации и санкций против банковской системы страны [4].

В банке наблюдается снижение качества активов. Стоит обратить внимание на значительное повышение величины активов, не приносящих дохода. Необходимо задуматься об оптимизации их использования или разработке системы их реструктуризации. Руководству банка следует акцентировать внимание на улучшении атмосферы деятельности для работников среднего и младшего звена, что позволит избежать повышенной текучести кадров, веду-

щей к некомпетентности «новичков». Таким образом, вмешательство органов банковского надзора достаточно ограничено. Банк может самостоятельно исправить выявленные недостатки в своей текущей деятельности.

Список литературы

1. *Зернова Л.Е., Ильина С.И.* Проблемы развития банковской системы России на современном этапе//Сборник статей Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной науки»: в 9 частях. Уфа; 2014. С. 215-217.

2. *Зернова Л.Е., Григорян Н.* Проблемы конкурентоспособности коммерческих банков на рынке розничных услуг//Сборник статей Международной научно-практической конференции «Инструменты и механизмы современного инновационного развития» в 3 частях. Уфа; 2016. С. 132-134.

3. *Зернова Л.Е.* Рейтинговые системы оценки надежности коммерческих банков//Сборник материалов международной научно-технической конференции «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2016)». Москва, 2016. С. 168-171.

4. *Зернова Л.Е., Фарзаниан М.* Влияние санкций на банковскую систему страны// Сборник научных статей 4-й Международной молодежной научной конференции в 4-х томах «Поколение будущего: Взгляд молодых ученых - 2015». Курск, 2015. С. 131-134

УДК 657.471.7:677.026.4

ПОИСК ЗОН ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ С УЧЕТОМ МОБИЛЬНОСТИ АССОРТИМЕНТА
SEARCH OF ZONES OF ECONOMIC SECURITY OF INVESTMENTS TAKING INTO ACCOUNT MOBILITY OF THE RANGE

Светлана Ивановна Ильина
Svetlana Ivanovna Ilina

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

Аннотация: Рассмотрены существующие проблемы подотрасли нетканых материалов в условиях кризиса и спада инвестиционной активности. С учетом различных сценариев ассортиментной политики предприятия разработан методический подход по поиску верхних пределов затрат на приобретение и установку новой техники в производстве нетканых материалов.

Abstract: The existing problems of branch of nonwoven fabrics in the conditions of crisis and recession of investment activity are considered. At the enterprise taking into account various scenarios of assortment policy methodical approach on search of the top limits of costs of acquisition and installation of the new equipment in production of nonwoven fabrics is developed

Ключевые слова: нетканые материалы, себестоимость, ресурсы организации
Keywords: nonwoven fabrics, prime cost, resources of the organization

Сегодня отечественный рынок нетканых материалов растет, происходит развитие производства и быстрая обновляемость ассортимента, как бытового, так и технического назначения, что обусловлено растущим спросом на рынке из-за оптимального соотношения Цена/Качество. Объем и темпы роста их производства несоизмеримо выше, чем в других под-

отраслях текстильной промышленности, таких, например, как шерстяная и трикотажная, эта особенность объясняется тем, что при производстве нетканых материалов заложен короткий путь получения широкого ассортимента полотен из исходного сырья. Также специфические свойства нетканых полотен позволяют широко использовать их не только в качестве заменителей некоторых видов тканей, но и создавать инновационные материалы с принципиально новыми эксплуатационными свойствами. Однако, современная деятельность подотрасли осуществляется в условиях кризиса, введения экономических санкций, спада инвестиционной активности в стране и наличия комплекса проблем, основными из которых являются:

- обострение конкуренции на рынках сбыта внутри России;
- недостаток собственных оборотных средств на ряде предприятий;
- физический и моральный износ оборудования;
- низкий уровень инвестиций в предприятия текстильной промышленности;
- отсутствие качественного рынка отечественного сырья.

На каждой из этих причин остановимся подробнее. В первую очередь эти проблемы связанны с отсутствием эффективной государственной политики в отношении текстильной промышленности. В условиях растущего спроса на продукцию производство нетканых материалов развивается на фоне интервенции со стороны иностранных товаропроизводителей и постоянно испытывает давление со стороны нелегального оборота продукции: на российском рынке можно встретить нетканые материалы производства Польши, Чехии, Словении, Германии и Китая, которые создают большую конкуренцию российским производителям по цене и качеству.

Специфической особенностью технического перевооружения в производстве нетканых материалов является ориентация его на приобретение импортной техники, как правило, превосходящей имеющееся на отечественных предприятиях оборудование не только по основным скоростным параметрам, но и по заправочной ширине.

Анализ состояния текстильной промышленности показал, что без технического перевооружения отрасль не сможет стать конкурентоспособной, позволить себе поставки нового оборудования зачастую не могут даже относительно благополучные предприятия, и это происходит только в случае крайней необходимости. Стратегия преодоления технологической отсталости может заключаться в поэтапной замене оборудования на основе современных подходов к формированию планов технического развития и инвестиционных проектов. Из–за плохой технологической оснащенности и дефицита денежных средств отечественные производители не в состоянии освоить выпуск высокопроизводительного конкурентоспособного оборудования, а приобрести новое импортное оборудование многим отечественным производителям нетканых материалов не под силу.

Необходимо отметить и недостаточное инвестирование в предприятия легкой и текстильной промышленности: так, 10 % ставка Центробанка – это достаточно высокая ставка даже на кредитование собственных оборотных средств. А если говорить о долгосрочном кредитовании, то банки пока не намерены инвестировать деньги в промышленность.

В основу Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года заложен ее переход на инновационную модель, включающий:

- повышение конкурентных преимуществ выпускаемой продукции;
- увеличение выпуска качественной продукции нового поколения;
- защита внутреннего рынка от незаконного оборота товаров;
- техническое перевооружение отечественных предприятий;
- импортозамещение и экспорт продукции;
- обеспечение отрасли материально-сырьевыми ресурсами и профессиональными кадрами [1].

Реализация мероприятий Стратегии позволит повысить конкурентоспособность российских компаний, увеличить долю инновационной продукции, укрепить позиции и завоевать новые сегменты на внутреннем и внешнем рынках.

Инвесторы часто не рискуют вкладывать деньги в техническое перевооружение предприятий без гарантий экономической безопасности инвестиций. Центральное место среди оценочных показателей экономической безопасности занимают: объемы капитальных затрат (особенно, если речь идет о заемных средствах), прирост прибыли от реализации продукции после технического перевооружения, снижение себестоимости единицы продукции и срок окупаемости капитальных затрат. На сегодняшний день не все предприятия смогли найти для своего развития стратегических инвесторов. Для реализации мероприятий, указанных в Стратегии [1], необходима современная методика поиска верхних уровней цены нового оборудования с учетом быстрой смены ассортимента.

Выбор оптимального варианта путей технического перевооружения фабрики можно осуществить, лишь проведя многовариантные расчеты параметров полезности (скорость новой техники, ширина заправки, цена оборудования, уровень заработной платы основных производственных рабочих, стоимость потребляемой электроэнергии). По существующим методикам оценки новой техники все расчеты ведутся на базе одного профильного артикула нетканого полотна. Целью таких расчетов является выявление эффективности капитальных затрат на новую технику в чистом виде, без сопутствующего влияния ассортимента. Однако, в условиях рыночных отношений, на наш взгляд, это может привести к выбору неверных ориентиров при принятии решений о приобретении новой техники.

Без оценки эффективности инвестиций, учитывающей с одной стороны, специфичность отраслевой экономики производства нетканых материалов, а с другой - сложность современной рыночной конкуренции, связанной с быстрым обновлением ассортимента, невозможен инвестиционный рост. В связи с вышесказанным, интерес представляют: методы выявления верхних пределов затрат на техническое перевооружение, учитывающие специфику производства нетканых материалов; оценка влияния структуры выпускаемого ассортимента и динамики его обновления на экономическую эффективность новой и модернизируемой техники. Последняя проблема является актуальной при принятии управленческих решений при обновлении парка оборудования.

С учетом различных сценариев ассортиментной политики предприятия разработан методический подход по поиску верхних пределов затрат на приобретение и установку новой техники в производстве нетканых материалов. Сегодня частая смена ассортимента стала нормой. Но чем мобильнее ассортимент, тем существеннее может быть отклонение фактической эффективности от ожидаемой. Данное обстоятельство оказывает неблагоприятное влияние на эффективность капитальных вложений при техническом перевооружении предприятия. Разработанные математические модели учитывают специфику производства нетканых материалов, в том числе изменение заправочной ширины оборудования и степень ее использования (ведь специфической особенностью производства нетканых материалов является неполное использование заправочной ширины оборудования при выработке большинства артикулов) и позволяют устанавливать влияние ассортимента на производительность оборудования, изменение стоимости обработки 1000 м^2 полотна, прибыли от реализации продукции после технического перевооружения. Применение метода позволяет разработать рекомендации по определению зон экономической безопасности инвестиций с описанием ассортиментной композиции и находить верхние пределы затрат на техническое перевооружение без риска ухудшения технико-экономических показателей после замены оборудования.

Список литературы

1. План мероприятий по реализации Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года //ГАРАНТ.РУ: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/96394- дата обращения 21.03.2017 г.

УДК 338.24

УПРАВЛЕНИЕ РИСКОВЫМИ СИТУАЦИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ
RISK MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION

Наталия Михайловна Квач, Алексей Викторович Силаков
Natalia Mikhailovna Kvach, Alexey Viktorovich Silakov

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: nkvach@mail.ru; alexey.silakov@sumitomocorp.com)

Аннотация: Рассмотрен современный инструментарий анализа риска, этапы развития жизненного цикла рисковых ситуаций и мероприятия по разрешению рисковой ситуации.

Abstract: It was investigated the modern risk analysis methods and the development stages of the life cycle of risk environmental as well as the risk situation mitigation measures.

Ключевые слова: «Жизненный цикл», модель жизненного цикла рисковых ситуаций, управление риском.

Keywords: «Life Cycle», a model of the life cycle of risk situations, risk management.

Предпринимательская деятельность всегда связана с риском. Риск ведения бизнеса имеет двойственную природу и включает в себя не только неблагоприятные исходы (потери), но и благоприятные возможности. В общем случае под риском понимают возможность наступления некоторого неблагоприятного события, влекущего за собой различного рода потери (например, получение травмы, потеря имущества, получение дохода ниже планируемого уровня) [1].

Акционеры и менеджеры организаций стараются не допустить возникновения рисковых событий используя для этого систему управления рисками или риск-менеджмент. Современные специалисты приводят различные определения риск-менеджмента, что подтверждает отсутствие единой точки зрения на вопрос управления рисками. Управление финансовыми рисками предприятия представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации рисковых финансовых решений, обеспечивающих всестороннюю оценку различных видов финансовых рисков и нейтрализацию их возможных негативных финансовых последствий [2].

В России управлению рисками стали уделять серьезное внимание лишь с развитием рыночных отношений. Первые публикации в области управления рисками в нашей стране появились в 90-х годах прошлого века. В настоящее время это одна из динамично развивающихся областей менеджмента.

Современный инструментарий анализа риска достаточно разнообразен. Зарубежная и отечественная практика накопила множество методов минимизации и защиты от риска. Оценка рисков может быть количественной, качественной или смешенной в части вероятности наступления события и его возможных последствий [3].

Качественные методы анализа рисков основываются на экспертных суждениях, в основе которых лежит информация о деятельности компании, особенностях ее бизнеса и среды, в которой она работает. Основу количественных методов анализа рисков составляют вычисления на базе аналитических методов, методов имитационного моделирования, математико-статистических методов, теории вероятности. Однако инструментарий управления рисками пополняется методами и моделями, разработанными на основе подходов других наук: логи-

ки; финансовой сферы; теории менеджмента и теории принятия решений; принципов синектики.

Понятие «жизненный цикл» используется в менеджменте при анализе развития жизненного цикла организации, жизненного цикла товаров и продукции. Анализ взаимосвязи этапов жизненного цикла производства и рисков, возникающих на промышленном предприятии детально описан в работе [4]. Взаимосвязь жизненного цикла и рисков, возникающих в организации показана в работе [5].

Исследования, проведенные специалистами [6] показали, что стадии развития рисковых ситуаций можно также объединить в категорию «жизненный цикл». Специалисты предлагают ввести понятие «жизненный цикл рисковой ситуации», оперирую, что риск, прежде всего, проявляется в следствие неопределенности среды предпринимательства. В самой сущности неопределенности скрываются причины и факторы риска, формирующие рисковую ситуацию, которая может привести к возникновению как негативных, так и позитивных событий в организации.

При этом выделяют четыре основные стадии развития рисковой ситуации:

1) сигналы о возможности возникновения;
2) признаки возникновения;
3) непосредственное развитие рисковой ситуации;
4) разрешение рисковой ситуации в следствие предпринимаемых действий по управлению предприятием.

Такой подход позволяет проследить динамику негативных изменений, происходящих на промышленных предприятиях. Общий вид модели жизненного цикла рисковых ситуаций и типовой сценарий ее развития представлен на рисунке.

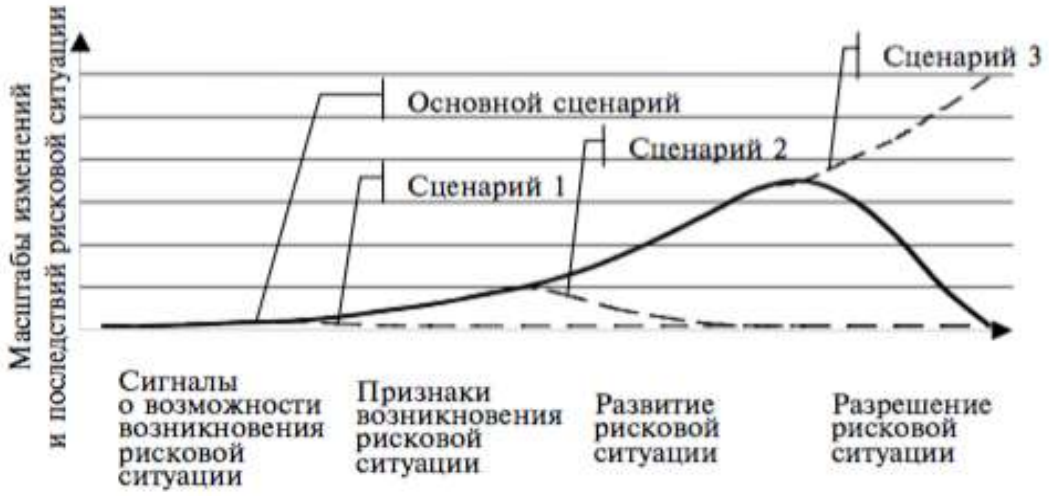

Рис. 1. Жизненный цикл рисковой ситуации [6]

Как видно из рис. 1, жизненный цикл рисковой ситуации начинается с появления сигналов о возможности ее возникновения. Такие сигналы являются одним из основных элементов системы управления рисками. Своевременный мониторинг и регистрация таких сигналов позволяет хозяйствующему субъекту выработать комплекс превентивных мер направленных на недопущение развития рисковой ситуации (Сценарий 1)., т.к. наличие таких сигналов еще не означает наступление неблагоприятных изменений внутренней и внешней среды.

Если менеджмент компании не принимает во внимание данные сигналы и не интерпретирует их с позиции вероятности развития рисковой ситуации, то такие сигналы усиливаются и становятся признаками возникновения рисковой ситуации.

Задача управления рисками при проявлении признаков состоит в локализации масштабов рисковой ситуации. В результате оперативных и адекватных управленческих решений по своевременному выявлению и минимизации возникновения негативных последствий рисковая ситуация может развиваться по сценарию 2. В этом случае, грамотные действия менеджмента приводят к снижению неблагоприятных изменений, происходит устранение развитие рисковой ситуации, деятельность организации восстанавливается до прежнего уровня. Задача управления рисками на данной стадии заключается в определении признаков возникновения рисковых ситуаций и разработке принципов, методов и процедур принятия эффективных решений по их разрешению [6].

Если принимаемые решения по локализации рисковой ситуации не принесли ожидаемых результатов, то кривая жизненного цикла начинает подымается по восходящей вверх, т.е. развитие ситуации переходит на следующий этап, на котором начинают проявляться последствия возникновения рисковой ситуации. Степень влияния последствий рисковой ситуации определяют степень крутизны подъема кривой, зону риска и характер принимаемых управленческих решений. Развитие рисковой ситуации на данном этапе сопровождается расширением масштабов риска в следствие вовлечения в ситуацию новых структурных подразделений и уровней управления.

С развитием рисковой ситуации происходит формированию мер по разрешению рисковой ситуации, завершение подготовки которых означает переход к заключительному этапу развития рисковой ситуации. Этот этап развивается либо как восстановление процессов хозяйственной деятельности вследствие реализации принятых управленческих решений по управлению рисковой ситуацией (кривая жизненного цикла ниспадающая), либо как «провал» деятельности и закрытие предприятия, если меры по управлению риском оказались неэффективными (сценарий 3), при этом кривая круто поднимается вверх [6].

Таким образом, рисковая ситуация, и ее развитие во времени, позволяет рассматривать риск как процессы изменений, происходящих на предприятиях промышленной сферы детальности в результате неблагоприятных воздействий внутренней и внешней среды. В связи с этим исследование рисковой ситуации на основе ее жизненного цикла позволяет сформировать подходы к управлению рисками.

Список литературы

1. Капустина Н.В. Теоретико-методологические подходы риск-менеджмента: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2016. 140 с.

2. Соколов Д.В., Барчуков А.В. Базисная система риск-менеджмента организации реального сектора экономики: Монография. – М.: ИНФРА–М, 2013.126 с.

3. Современные подходы к корпоративному риск-менеджменту: методы и инструменты / Д.В. Домащенко, Ю. Ю. Финогенова. – М.: Магистр: ИНФРА–М, 2016. 304 с.

4. Дзагоева М.Р., Цховребов А.Р., Комаева Л.Э Механизм комплексной оценки и управления рисками предприятий промышленности: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2014. 120 с.

5. Лазутин А.М., Казакова Н.В. Жизненный цикл и изменения рисков по мере изменения жизненного цикла организации // Управление экономическими системами. Электронный научный журнал. Режим доступа: http://uecs.ru/logistika/item/2396-2013-10-04-07-16-06. (дата обращения 04.04.17)

6. Грачева М.В, Ляпина С.Ю. Управление рисками в инновационной деятельности – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 351с.

УДК 519.86:004.94

СИСТЕМНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ И ПРОЕКТОВ
SYSTEM PECULIARITIES OF MODELING TECHNICAL-ECONOMIC PROBLEMS AND PROJECTS

Петр Алексеевич Севостьянов*, Владимир Иванович Монахов*, Константин Васильевич Ордов **
Peter Alekseevich Sevostyanov*, Vladimir Ivanovich Monakhov*, Konstantin Vasilevich Ordov**

** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Россия, Москва*
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: petrsev46@yandex.ru , monvi@rambler.ru)
*** Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Россия, Москва*
PLEKHANOV Russian University of Economics, Russia, Moscow
(e-mail: ordov-reu@mail.ru)

Аннотация: Определены особенности экономических систем, обусловливающие специфику их моделирования, и с учетом этих особенностей сформулированы выводы о перспективности моделирования экономических систем.

Abstract: The features of economic systems that determine the specifics of their modeling are determined, and taking into account these features, conclusions are drawn about the prospects for modeling economic systems.

Ключевые слова: экономические системы, моделирование, качественные модели, имитационные модели.

Keywords: Economic systems, modeling, qualitative models, simulation models.

Изучение любой системы независимо от его целей сводится к получению информации о системе и может быть выполнено двумя способами: исследованием самой системы или исследованием системы на ее модели. Первый способ реализуется либо как пассивное наблюдение за эволюцией системы во времени, либо как эксперимент с системой, в котором принудительно варьируют ее параметры или условия функционирования. Второй способ заключается в построении модели системы и проведении экспериментов с этой моделью с последующим переносом результатов и выводов на систему.

К экономическим системам первый способ может быть применен только в форме пассивного наблюдения. Эксперименты с экономической системой рискованны и опасны, ограничены по своим возможностям, подвержены действию помех, непредвиденных факторов и обстоятельств. Пассивные наблюдения за эволюцией экономической системы, как правило, дают недостаточно информации для приемлемо точных оценок, однозначных выводов и обоснованных решений.

Укажем основные особенности экономических систем, обусловливающие специфику их моделирования:

1. Отсутствие эталонов и возможности их создания. Именно существование эталонов, например, длины, массы, времени, в точных науках позволило построить объективные количественные законы и модели в соответствующих областях знания. Примером может служить экспериментальная проверка и подтверждение закона сохранения энергии, которая была бы невозможна без точного измерения количества энергии в разные моменты времени и/или в

разных точках пространства, что, в свою очередь, требует наличия эталонов. В экономике эталоны, позволяющие определить, например, ценность товара, невозможны. Действительно, допустим, что в момент времени t_1 1 доллар продавался за 60 рублей, а в момент t_2 – за 58 рублей. Что это означает: рубль поднялся в цене или упала цена доллара? За интервал времени (t_1 ; t_2) соотношение других валют, а так же драгоценных металлов и других мировых ценностей, тоже изменилось, причем эти изменения могут быть не пропорциональными. Отсутствие эталона – это еще и отсутствие «точки отсчета», относительно которой можно измерять изменения экономических и финансовых показателей.

2. Открытость системы. Экономические системы, безусловно, являются материальным базисом, определяющим существование любого человеческого сообщества, охватываемого этой системой. Однако, а может быть, именно поэтому, экономическая система чрезвычайно тесно взаимодействует с другими системами своего и других человеческих сообществ: политической, социальной, военной, демографической и др. Тесное взаимодействие означает, что экономическую систему нельзя рассматривать и моделировать изолированно, только с учетом экономических факторов. Следовательно, при исследовании экономической системы необходимо включать в рассмотрение внеэкономические факторы.

3. Масштабируемость и самоподобие системы. Систем, обладающих свойством фрактальности в любом диапазоне пространственных и временных масштабов, не существует. Однако, очень многие системы обладают этим свойством, по крайней мере, приближенно, в широком, достаточном для практических целей, диапазоне. Наличие этого свойства дает возможность по части системы изучить ее в целом. Предположения о самоподобии и симметрии моделируемой системы лежат в основе большинства модельных разработок. Главным условием переноса результатов моделирования на систему является подобие между системой и моделью. Обеспечить это подобие становится проще, если и сама моделируемая система, и ее модель обладают свойством самоподобия хотя бы по некоторым параметрам и условиям функционирования, важным для решаемой задачи. В экономических системах свойство самоподобия обнаруживают у временных рядов экономических показателей. Отсюда такой интерес к фрактальным моделям и связанным с ними моделям детерминированного хаоса. Применение этих методов требует тщательной проверки соблюдения критериев самоподобия. Для экономических систем характерным является, скорее, приближенное самоподобие зависимостей, связей и их влияния на эволюцию системы.

4. При разработке модели обычно осуществляют декомпозицию системы, выделяя в ней отдельные существенные для решаемой задачи, подсистемы с надеждой, что построить модели для этих подсистем будет проще, чем для всей системы в целом. Затем модели подсистем объединяют в единую модель всей системы. Для экономических систем декомпозиция почти всегда невозможна. Наоборот, модель можно построить только на основе синтетического подхода, при котором приходится учитывать примерно равноценное влияние и взаимосвязи многих совершенно разнородных экономических и внеэкономических факторов.

Перечисленные особенности приводят к следующим выводам относительно перспективности моделирования экономических систем. Разработка сколько–нибудь сложной и полной модели сталкивается с проблемой обеспечения ее адекватности моделируемой экономической системе. Не только удостовериться, на даже проверить эту адекватность и осуществить верификацию модели практически невозможно. Поэтому практически все известные модели экономических систем являются не количественными, а качественными. Примерами таких моделей являются: «паутинобразная» модель рынка Вальраса - Маршалла – Калдора [1]; модель межотраслевого баланса Леонтьева [2]; модели авторегрессии – скользящего среднего Бокса – Дженкинса [3]; гетероскедастические модели GARH [4]; модели на основе показателя Хёрста и фрактальности [5]; модели мировой динамики Форрестера [6], и др.

Используемые в них количественные соотношения, переменные и параметры применяются лишь для более компактного и наглядного представления модельных связей. Получаемые количественные оценки являются лишь индикаторами величин, отражающими порядок их значений с большой погрешностью. Поэтому для принятия управляющих решений приходится сравнивать результаты моделирования, основанные на разных сценариях и основополагающих предпосылках, а также широко применять субъективные факторы, например, мнения экспертов [7] и руководителей, которые практически всегда оказываются определяющими, что и отражается на результатах управления экономической системой.

Другой подход, применимый в большей мере в задачах микроэкономики, основан на математическом или компьютерном моделировании [8] отдельных проектов. При этом заведомо не стремятся к получению гарантированных результатов, а ограничиваются приближенными оценками технико-экономических показателей с обязательной оценкой надежности. Как правило, это вероятностно-статистические методы с включением в них имитации некоторой экономической операции или проекта. В итоге получают динамику развития ситуации в виде вероятностного процесса параллельно меняющихся и взаимосвязанных показателей. По сути, создается компьютерная игра, имитирующая анализируемый экономический проект [9]. Доступность программного кода, гибкость программирования, интерактивный режим отладки модели, ее тестирования и эксплуатации делают этот класс моделей наиболее перспективным и удобным инструментом для решения многочисленных частных задач управления экономическими системами разных масштабов [10].

Использование подобных компьютерных экономических игр требует применения всего существующего аппарата математической статистики, методов планирования вычислительных экспериментов с компьютерными моделями, методов повышения точности результатов имитационных экспериментов [11, 12].

Технология и организация способов извлечения информации из компьютерных имитационных моделей экономических систем разработана и изложена в ряде руководств и пособий. Однако для овладения и практического широкого применения этих технологий необходимо не только предусмотреть соответствующие разделы и темы в существующих или новых учебных дисциплинах, но и обеспечить достаточную базовую подготовку по соответствующим разделам курсов высшей математики и основ программирования.

Список литературы

1. *Kaldor, N.* A Classificatory Note on the Determinateness of Equilibrium // The Review of Economic Studies, Vol. 1, No.2 – 1934. – February, PP.122 – 136.

2. *Леонтьев, В.В.* Спад и подъем советской экономической науки // Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика. – М.: Политиздат, 1990. С.226. – 415 с.

3. *Бокс, Дж., Дженкинс, Г.* Анализ временных рядов. Прогноз и управление / Дж. Бокс, Г. Дженкинс; пер. с англ. А.Л. Левшина. Под ред. В.Ф. Писаренко / Вып.1, – М.: Мир, 1974. – 410 с.: ил.; / Вып.2, - М.: Мир, 1974. – 200 с.: ил.

4. *Росси, Э.* Одномерные GARCH–модели: обзор, Квантиль, 2010, №8, С.1 – 67.

5. *Мандельброт, Б.Б.* Фракталы, случай и финансы / пер. с англ. В. Шуликовской. – М.: Изд-во «Регулярная и хаотическая динамика», 2004. 256 с.

6. *Форрестер, Д.* Мировая динамика: пер. с англ. / Д. Форрестер. – М.: ООО «Издательство АСТ; СПб.: Terra Fantastica, 2003/ - 379 с. – (Philosophy).

7. *Саати, Т.* Принятие решений. Метод анализа иерархий. / пер. с англ. Р.Г. Вачнадзе: - М.: Радио и связь, 1993. 278 с.

8. *Нейлор, Т.* Машинные имитационные эксперименты с моделями экономических систем / пер. с англ. В. Лебедева, А. Лотова. – М.: Мир,1975. 504 с.

9. *Кельтон. В.* Имитационное моделирование. Классика CS. 3-е изд. / В. Кельтон, А. Лоу. – СПб.: Питер – Изд. Группа BHV, 2004. 847 с.; ил.

10. *Севостьянов П.А*. Основы компьютерного моделирования систем / П.А. Севостьянов, В.И. Монахов. – М.: Тисо-принт, 2016. 368 с.

11. *Клейнен, Дж*. Статистические методы в имитационном моделировании / пер. с англ. Ю.П. Адлера, К.Д. Аргуновой, В.Н. Варыгина, А.М. Талалая; под ред. и с предисл. Ю.П. Адлера и В.Н. Варыгина. – Вып.1 – М.: Статистика, 1978. – 221 с., ил.; Вып.2, – М.: Статистика, 1978. 335 с., ил.

12. *Севостьянов, П.А*. Основы анализа и моделирования данных в технике и экономике /П.А. Севостьянов, К.В. Ордов. – М.: Тисо-принт,2015. 412 с.

УДК 331.101

ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ
DESIGNING THE MODEL OF COMPETENCIES OF PERSONNEL IN THE ORGANIZATION

Елена Анатольевна Пришляк
Elena Anatolievna Prishlyak

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

Аннотация: Рассмотрены этапы и принципы проектирования модели компетенций персонала в организации, обобщены подходы к определению компетенций, определены некоторые стандарты модели компетенций. Приведен пример модели компетенций.

Abstract: Considered the stages and principles of designing the personnel competency model in the organization, approaches to the definition of competencies are generalized, certain standards of the competency model are defined. An example of the competency model is given.

Ключевые слова: компетенция, персонал, модель компетенций, проектирование.

Keywords: competence, personnel, competency model, design.

Современные организации, как правило, ставят перед собой непростую задачу обеспечения конкурентного преимущества на рынке. Чтобы максимально реализовать свой потенциал, организации большое внимание уделяют формированию интеллектуального капитала, основу которого составляют люди и их профессиональные компетенции. Очевидно, что важным фактором успешного решения такой задачи является повышение эффективности использования человеческих ресурсов организации, которое зависит от использования и развития компетенций персонала, т.е. от четкого представления о том, какими знаниями и практическими навыками должен обладать каждый сотрудник, что и как он должен уметь делать. Поэтому возникает проблема формирования и развития рационального набора компетенций сотрудников в соответствии с потребностями бизнес-среды. Многие эксперты и специалисты по управлению персоналом по-разному определяют компетенции.

В. Макелвил (США) ввел понятие «компетенция персонала» в 1982 г. и определял его как «набор компетенций всех работников» организации. В 1985г. М. Бомензат предложил под компетенцией понимать совокупность следующих факторов: знания, т.е. результаты образования личности, навыки как результаты опыта работы и обучения и способности к общению, т.е. умение общаться и работать в группе. В табл. 1 приведены определения понятия «компетенции» некоторых авторов. [1, 2, 3].

Таблица 1. Определения понятия «компетенции»

Автор определения	Формулировка определения
Пермяков О. Е.	Компетенция — неаддитивная, синергетическая система знаний, умений, навыков и способностей, объединенных ее ключевым системообразующим элементом (конфигуратором) и направленных на решение определенных задач деятельности.
Кибанов А.Я.	Компетенция - совокупность профессионально-квалификационных, физических, психомотивационных и специфических характеристик персонала, необходимых для успешной деятельности.
Лабунский Л.В.	Компетенция персонала - система взаимосвязанных элементов: личной квалификации работника, полномочий, делегированных ему собственником капитала в виде права на использование необходимых для исполнения функции ресурсов.

Обобщая существующие подходы, можно выделить два ключевых: 1) рассмотрение компетенции как основной характеристики сотрудника, при обладании которой он способен осуществлять правильные действия и добиваться высоких результатов в работе, и 2) понимание компетенции как способности сотрудника действовать в соответствии со стандартами, принятыми в организации. Таким образом, компетенция представляет собой проявляющуюся способность сотрудника выполнять определенные профессиональные функции. Компетенции объединяют знания, способности и мотивацию сотрудника и описывают его функциональное поведение в организации, т.е. компетенции - это характеристики сотрудника, которые важны для эффективного выполнения работы на соответствующей должности и которые могут быть измерены через наблюдаемое поведение.

Модель компетенций - эффективный многофункциональный и универсальный инструмент управления персоналом, набор компетенций и индикаторов поведения, которые должны разрабатываться для каждой организации и для должностей, которые имеют ключевое значение в организации. Модель компетенций является логическим описанием функций и элементов компетенций, применяемых в организации. В ней должно быть приведено детальное описание стандартов поведения работника конкретной должности, которых необходимо придерживаться для достижения должностных целей в организации.[4]. Модель компетенций может включать различные знания, умения, навыки и личностные характеристики сотрудников, но основное требование - они должны быть описаны в форме индикаторов поведения.

Существует множество разнообразных моделей компетенций, например, модель компетенций Стива Уиддета и Сары Холлифорд включает следующие компоненты:

- развитие бизнеса (личное развитие, генерирование, обоснование идей);
- достижения результатов (планирование, четкость менеджмента, постановка целей);
- анализ – работа с информацией (анализ данных, принятие решений);
- люди (команда, влияние, управление отношениями).

Модель компетенций может быть применена для обеспечения координации и согласования бизнес-процессов, связанных с управлением персоналом организации. Для эффективного применения модели компетенций необходимо установление ее соответствия поставленным целям и задачам организации.

Процесс проектирования модели компетенций включает несколько этапов:

1) Определение цели и планирование проекта. На этом этапе важно описать результат проектирования (какие именно модели компетенций необходимо разработать) и сферы его применения.

2) Формирование проектной группы из числа сотрудников, что позволит снизить напряженность и сопротивление со стороны персонала при внедрении моделей компетенций.

3) Непосредственно проектирование модели компетенций. На этом этапе необходимо собрать всю информацию о деятельности сотрудников, детально описать все виды работ, которые они выполняют, определить стандарты поведения, приводящие к максимальному результату деятельности. В настоящее время большинство организаций считают целесообразной разработку единой модели компетенций, содержащей общие для всех видов деятельности и для всех категорий персонала стандарты поведения. В одной модели может быть описано 15-20 компетенций. Увеличение количества включаемых компетенций затрудняет ее использование. При сборе информации для разработки модели компетенций можно использовать следующие методы: экспертные интервью, наблюдение за деятельностью сотрудников, анкетирование или опрос руководителей, оценку персонала, анализ существующей корпоративной культуры, изучение должностных инструкций, стратегических планов развития организации, подразделений, сотрудников и др. Кроме того, эффективными являются такие методы, как «мозговой штурм», формирование рабочих групп из сотрудников, которые могут проанализировать и описать эффективное бизнес-поведение других сотрудников, метод репертуарных решеток, позволяющий выявить индикаторы самых эффективных сотрудников, метод прямых атрибутов, т.е. выбор руководителями самых необходимых компетенций сотрудников для решения задач организации, метод критических инцидентов, позволяющий проанализировать прошлый успешный и неуспешный опыт работы сотрудников и др.

4) Определение количества уровней компетенций, включенных в модель, и описание соответствующего им поведения сотрудников.

5) Разработка профилей компетенций для конкретных должностей. Успешная реализация данного этапа позволит протестировать и скорректировать разработанную модель компетенций, а также получить обратную связь от руководителей по поводу возможности и целесообразности применения модели. В некоторых организациях профили компетенций используются в качестве прикладных инструментов конкретных функций управления персоналом.

6) Применение разработанной модели компетенций в деятельности организации.

С помощью модели компетенций могут быть определены связи между системой управления персоналом и бизнес-целями организации. Внедрение в систему управления модели компетенций персонала позволяет эффективно решать проблемы, связанные с оценкой персонала при отборе на должность, стимулировании и развитии персонала. Модель компетенций описывает полный набор компетенций и индикаторов поведения.

Процесс и методология проектирования компетенций достаточно сложны, т.к. основываются на определении ключевых характеристик и качеств работника и изучении содержательной стороны их деятельности и выявление факторов, влияющих на эффективность. Чтобы модель компетенций была эффективной, она должна согласовываться со стандартами качества, которые должны быть разработаны до составления и введения в действие модели компетенции. К стандартам могут быть отнесены следующие положения:

1. Компетенции и ключевые индикаторы поведения в модели должны быть сформулированы однозначно, доступно для понимания, структурированы и логичны.

2. Описываемые в модели индикаторы поведения должны быть признаны работниками в качестве требований, соответствующих качественному выполнению работы.

3. Для каждой компетенции модели должны быть определены четкие индикаторы поведения, которые относятся только к одному уровню компетенций. Индикаторы поведения должны описывать наблюдаемые и фиксируемые проявления компетенции.

4. Модель компетенций может быть изменена в соответствии с изменениями во внешней среде, использованием новой технологии и другими факторами.

5. Модель компетенций является составной частью в системе мотивации сотрудников организации. На основе модели компетенций формируется прозрачная система мотивации, соответствующая стратегии развития организации.

При разработке модели компетенций необходимо соблюдение следующих ключевых принципов.

1. Сотрудников необходимо информировать о проектировании моделей компетенций, о целях, причинах и способах разработки моделей. Важно также определить роль и форму участия персонала в этом процессе.

2. Разработка модели компетенций должна осуществляться комплексно и системно. Обязательно нужно сбалансировать стандарты деятельности, разработанные на небольшой промежуток времени, а также учесть прогнозируемые изменения.

3. Сотрудники, по отношению к которым будет применена разрабатываемая модель компетенций, должны быть вовлечены в разработку модели компетенций на уровне информирования, а также выборочного участия в процессе составления модели.

Приведем пример элементов модели компетенций для руководителя службы управления персоналом (см. табл. 2).

Таблица 2. Пример модели компетенций

Компетенция	Уровни компетенций	Индикаторы поведения
Планирование деятельности	Уровень 1: Определение приоритетов в текущей работе подразделения.	- расстановка приоритетов в текущей работе; - разработка планов работы на каждый день с учетом поставленных целей; - расстановка ключевых задач по приоритетным направлениям.
	Уровень 2: Разработка и корректировка планов подразделения в соответствии с планами деятельности организации.	- оценка имеющихся ресурсов для выполнения планов подразделения; - разработка альтернативных вариантов реализации плана подразделения; - определение потенциального вклада подразделения в общий результат деятельности организации; - согласование деятельности службы управления персоналом с деятельностью других подразделений; - рациональное использование ресурсов для достижения целей подразделения.
	Уровень 3: Развитие планов организации.	- индивидуальный вклад в разработку плана развития организации; - определение отдельных направлений стратегии деятельности организации; - оценка и при необходимости совершенствование стратегии развития организации.

Компетенции в составе модели могут определяться по-разному, но большинство моделей основывается на индикаторах поведения. Как уже отмечалось, для простоты использования модели компетенций она должна быть предельно простой. Многие успешные организации считают, что легче применять общую модель компетенций при понятных инструкциях сотрудникам-пользователям модели, чем пытаться составить комплексную детализированную модель, которая бы охватывала требования, необходимые для выполнения всех задач в организации или подразделении. Компетенции могут повысить эффективность деятельности по управлению людьми в организации, но наличие в организации модели компетенций само по себе не гарантирует эффективности управления.

Список литературы

1. Пермяков О. Е. Развитие систем оценки качества подготовки специалистов / Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора педагогических наук. С.-Пб.-2009.

2. Кибанов А. Я. Концепция компетентностного подхода в управлении персоналом: монография / А. Я. Кибанов, Е. А. Митрофанова, В. Г. Коновалова, О. Л. Чуланова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 156 с.

3. Лабунский Л.В. Роль баланса интересов и ответственности в развитии компетенций персонала // Управление персоналом. № 4 / 2004. С. 40–41.

4. Построение модели компетенций в компании : методическое пособие / Авт.-сост. Е. Рудавина. – М.: Международный центр финансово-экономического развития, 2008. 51 с.

УДК 338.24

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА»
ESSENTIAL ANALYSIS OF THE "SUSTAINABLE BUSINESS DEVELOPMENT"

Наталия Сергеевна Иващенко
Natalya Sergeevna Ivashchenko

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

Аннотация: Рассмотрены различные точки зрения на понятие «устойчивое развитие», сравниваются понятия «развитие бизнеса» и «развитие организации», уточнены факторы устойчивого развития бизнеса.

Abstract: Various points of view on «sustainable development» are researched, the concepts of «business development» and «organization development» are compared, factors of sustainable business development are specified.

Ключевые слова: устойчивость, стабильность, устойчивое развитие устойчивое развитие бизнеса, экология, корпоративная социальная ответственность, равновесие, качественные изменения.

Keywords: sustainability, stability, sustainable development, sustainable business development, ecology, corporate social responsibility, balance, qualitative changes.

Проблемы устойчивого развития бизнеса с конца XIX века всегда были во внимании экономистов и ученых как способ преодоления потенциально возможной экологической катастрофы, существовавшей в виде некой теоретически обоснованной опасности, связанной с невосполнимым расходованием природных ресурсов и с загрязнением окружающей среды [1].

В 1987г. Международная комиссия ООН по окружающей среде и развитию привела свое определение устойчивого развития как развития, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности. В определении подчеркивается, что устойчивое и долгосрочное развитие представляет собой не неизменное состояние, а такой процесс изменений, который соответствует сегодняшним и будущими потребностями. Озабоченность мировой общественности проблемами экологии привлекла внимание ученых и привела их к вы-

воду о том, что при отсутствии должного управления использованием природных ресурсов устойчивость жизнедеятельности может быть нарушена.

Концепция перехода Российской Федерации к устойчивому развитию (1996г.) определяет его как «стабильное социально-экономическое развитие, не разрушающее своей природной основы». Далее конкретизируется: «Улучшение качества жизни людей должно обеспечиваться в тех пределах хозяйственной ёмкости биосферы, превышение которых приводит к разрушению естественного биотического механизма регуляции окружающей среды и её глобальным изменениям» [2]. В разработанной правительством РФ Экологической доктрине указывается, что устойчивое развитие, благополучие, высокий уровень жизни, а также национальная безопасность нашей страны могут быть обеспечены только при условии сохранения природных систем и поддержания соответствующего качества окружающей среды [3].

Приведем некоторые определения устойчивости в терминах данного понимания проблемы: «устойчивость – это возможность долгосрочного продолжения деятельности», «все, что может продолжаться неопределенно долго – устойчиво», «устойчивость – это развитие без роста, выходящего за рамками экологической емкости» [4].

В результате появилось большое число исследований устойчивости развития, которые сводились, прежде всего, к социальной ответственности бизнеса. Именно в этом аспекте возрос интерес к устойчивому развитию бизнеса последнее время.

Дальнейшее развитие теории устойчивого развития получило в трудах В.В. Беренеса, Д.Х. и Д.Л. Медоуз, И. Рэндерса, Дж. Форрестера и развито в трудах отечественных ученых. Они рассматривают понятие устойчивости развития применительно к бизнесу (организациям) в терминах системной динамики, в основе которой лежит тезис, что всякое развитие стремится к достижению равновесия.

Анализ определений некоторых авторов приведен в табл. 1.

Таблица 1. Терминологический анализ понятия «устойчивое развитие»

Автор	Определение понятия	Ключевые слова	Достоинства и недостатки определения
Международная комиссия ООН по окружающей среде и развитию (1987г.)	такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности.	не ставит под угрозу будущее; процесс изменений согласуется с нынешними и будущими потребностями	Акцент на стратегическую задачу - обеспечение жизнедеятельности в будущем
О концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию (1996г.)	стабильное социально-экономическое развитие, не разрушающее своей природной основы	стабильное развитие	Устойчивость отождествляется со стабильностью. Основная цель – развивайся, не разрушая окружающий мир
Ропотан С. В. Факторы устойчивости развития предпринимательских структур // Молодой ученый. 2012. №8. С. 139-142.	способность к продолжительному осуществлению уставной деятельности на своих отраслевых рынках	Продолжительное осуществление деятельности	Не раскрывается термин «развитие» Устойчивость отождествляется с продолжительностью деятельности
Терентьева Т.В. Обеспечение устойчивости развития рыбохозяйст-	процесс постоянного перехода системы под воздействием внешних возмущений и управленческих решений	Постоянный переход из менее эффективного состояния в более	Данное определение скорее характеризует прогрессивное развитие, чем устойчивое.

венных предпринимательских структур в период кризиса. СПб.: Санкт-Петербургский Политехнический университет, 2011. 210 с.	из менее эффективного состояния в более эффективное, осуществляемый в прогрессивном направлении, интенсивном режиме и в соответствии со стратегическими целями.	эффективное; воздействие внешних возмущений; соответствие стратегическим целям	Устойчивость автор отождествляет с постоянством
Войнова, Ю. С. Обеспечение устойчивости предприятия в условиях экономического кризиса / Ю.С. Войнова // Труды Вольного Экономического Общества России Том 93. – 2008. - №1 – С.59.	состояния системы предприятия или ее отдельных элементов, при котором они способны удерживать равновесие своей внутренней структуры и динамики в каждый отдельный промежуток времени, т.е. в случае отклонения от устойчивости своего развития система не распадается, а сохраняет свою целостность в противоборстве с внешними и внутренними разрушительными воздействиями	Удержание равновесия … в противоборстве с внешними и внутренними разрушительными воздействиями	Устойчивость отождествляется с равновесием структуры и динамики предприятия, а устойчивость динамики – это равномерное развитие
Перцева Е.Ю. Применение проектного подхода к реализации стратегии устойчивого развития компании // Российский журнал управления проектами. – 2011. - № 2 (2). С. 16-21.	УР на уровне компании – подход к управлению бизнесом, основанный на создании долгосрочной ценности для широкой группы стейкхолдеров, включающей среди прочих будущие поколения, путем управления экономическими, экологическими и социальными факторами	создание долгосрочной ценности	Определение дано в аспекте стейкхолдерской теории; включение в группу стейкхолдеров будущих поколений; указывается способ достижения УР - создание долгосрочной ценности

Понятие устойчивости можно рассматривать в разных аспектах: в философском, математическом, социальном, техническом и т.д. [5]. Так, в философских словарях термин «устойчивость» трактуется как постоянство, пребывание в одном состоянии. В макроэкономике устойчивость предполагает долгосрочное равновесие между эксплуатацией ресурсов и развитием общества. В технике устойчивость определяется, как свойство технических систем сохранять значения конструктивных и режимных параметров в заданных пределах. В механике устойчивость определяется как возврат в исходное состояние в ответ на малое возмущение системы. В авиации – способность самолета без вмешательства пилота сохранять заданный режим полета. Способность к самообеспечению воспроизводства жизнедеятельности общества и его граждан, стабильность их экономического и социального положения – есть социальная устойчивость.

Таким образом, ключевые слова в определениях устойчивости: постоянство, пребывание в одном состоянии, долгосрочное равновесие, сохранение состояния в заданных пределах, возврат в исходное состояние, стабильность, самообеспечение воспроизводства. Как видно, аспектов устойчивости много, но почти в каждом случае речь идет о сохранении текущего состояния в ответ на внешнее возмущение.

Синоним термина «устойчивость» − равновесие, термина «развитие» − движение, изменение. Таким образом, говоря об устойчивом развитии предприятия, говорят о его стремлении в процессе изменений обеспечить равновесие своей внутренней структуры и динамики в каждый отдельный промежуток времени (см. определение Войновой Ю.С. в табл. 1). Так как любое изменение влечет за собой расходование ресурсов, достижение равновесия свидетельствует о необходимости их восполнения. Представляет интерес определение Перцевой Е.Ю. (табл. 1), которая связывает устойчивое развитие с необходимостью соблюдения интересов всех групп стейкхолдеров компании, включая будущие поколения. Таким образом, один из важнейших факторов устойчивого развития компаний – достижение взаимовыгодного партнерства в долгосрочной перспективе.

Другая группа авторов акцентирует внимание на том, что устойчивость в паре терминов «устойчивое развитие» играет роль характеристики развития, т.е. развитие может быть как устойчивым, так и не устойчивым.

Совмещение в одном понятии двух достаточно неоднозначно трактуемых терминов «устойчивость» и «развитие» приводит к противоречивым точкам зрения. Например, ряд авторов считают, что «устойчивого развития просто не может быть – если есть развитие, то стабильности уже нет» [6]. Такое мнение обосновывается отождествлением понятий «устойчивость» и «стабильность». На наш взгляд, в отличие от устойчивости, стабильность не предполагает ответа на внешние или внутренние изменения. Под стабильностью же понимается отсутствие изменений, а устойчивое развитие бизнеса означает достижение прогрессивных качественных изменений, не смотря на отрицательное воздействие внутренних и внешних факторов.

Изучение точек зрения различных авторов на понятие «устойчивое развитие» также позволило сделать следующие выводы:

1. Следует различать понятия устойчивости развития применительно к объектам изменений (развитие страны и территории, бизнеса и организации) и к предмету изменений (производственное, финансовое, маркетинговое, научно-техническое развитие и т.д.). Так, устойчивое развитие бизнеса и устойчивое развитие организации – понятия хотя и близкие, их часто трудно разграничить, но все-таки не тождественные. Развитие организации или организационное развитие следует рассматривать как совокупность системных процессов, связанных с ее функционированием. Развитие бизнеса – с одной стороны, мотивирует развитие организации как его надстройки, с другой стороны, развитие организации, ее производственной и управляющей подсистем, в свою очередь, приводит к развитию бизнеса, если исходить из того, что организация – это хозяйствующий субъект, занимающегося тем или иным бизнесом, а бизнес − любой вид деятельности, являющийся источником дохода. Другими словами, бизнес – это предмет, а организация – это субъект отношений в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

2. Если проанализировать существующую литературу по устойчивому развитию, то во всех источниках оно, так или иначе, связывается с социальной ответственностью. Безусловно, проблема устойчивого развития сформировалась как необходимость признания социальной ответственности бизнеса, хотя первое понятие более широкое и многогранное. КСО – есть фактор, обеспечивающий и поддерживающий устойчивое развитие наряду с рядом многих других факторов.

3. Вопросы устойчивости развития стали наиболее актуальны в постиндустриальной эпохе, характеризующейся информационным бумом, высокими темпами появления новых знаний, что постоянно провоцирует возмущения во внутренней и во внешней среде организаций, т.е. в современной социально-экономической реальности.

4. На устойчивость развития бизнеса или организации во многом влияет та социально-экономическая реальность, в которой этот бизнес функционирует. При этом следует учитывать не только тип и характер развития отраслевого рынка, но и влияние общих для любой

организации факторов, характеризующих современную парадигму управления, таких как клиенториентированность, конкордоспособность, коэволюция, инновационный характер развития и т.д. Устойчивое развитие бизнеса сегодня невозможно без формирования долгосрочного партнерства со стейкхолдерами.

5. Разрабатывая систему показателей оценки уровня устойчивости развития, следует помнить, что рост не всяких показателей влечет за собой качественные изменения, и не всякий рост является устойчивым. А устойчивое развитие – прогрессивный характер качественных изменений (регрессивные изменения – это деградация) за определенный промежуток времени, не смотря на воздействие внутренних и внешних возмущений .

6. Следует продолжать исследования в области концептуального анализа понятия «устойчивое развитие бизнеса». Неоднократные его уточнения, имеющее место в литературе, имеют большое значение для разработки факторов и критериев оценки его уровня, столь необходимых для эффективного управления данным процессом. Уже тот факт, что устойчивое развитие – это сохранение качественного роста при воздействии на бизнес негативных факторов, значительно усложняет разработку системы показателей и метода оценки уровня устойчивости развития.

Список литературы

1. *Логунцев Е.* Концепция устойчивого развития с позиций междисциплинарного подхода. // Городское управление. 2000. №11. С. 24-32.

2. Указ президента Российской Федерации «О Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» // 1996. http://kremlin.ru/acts/bank/9120

3. Экологическая доктрина Российской Федерации // 2002. http://base.consultant.ru

4. *Ефимова О.В.* Парадигма устойчивого развития: проблемы информационно - аналитического обеспечения // Инновационное развитие экономики. 2013. №1 (13) . 2013. С.22-31.

5. *Иващенко Н.С.* Терминологический анализ понятия «устойчивая конкурентоспособность» // 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. С.113-119.

6. *Давыдова Н, Тимофеева О.* Устойчивое развитие города. Вопросы разработки стратегии // Журнал муниципальная экономика. 2000. №4. С.18-23.

УДК 658:659.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ УВЕЛИЧЕНИЯ КАПИТАЛИЗАЦИИ БРЕНДА
THE USE OF THE HIERARCHY ANALYSIS METHOD FOR SOLVING THE PROBLEM OF INCREASING BRAND CAPITALIZATION

Юлия Валерьевна Луковкина, Диана Борисовна Шальмиева
Julia Valeryevna Lukovkina, Diana Borisovna Shalmieva

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: lukovkina.yulla@mail.ru)

Аннотация: В данной статье проведен анализ бренда с использованием метода анализа иерархий, а также разработаны рекомендации по выбору стратегии развития данного бренда.

Abstract: In this article, the analysis of the brand is carried out using the method of hierarchy analysis, as well as recommendations for choosing the strategy for the development of this brand.

Ключевые слова: метод анализа иерархий, стратегия развития бренда.
Keywords: hierarchy analysis method, brand development strategy.

Оценка таких факторов капитализации предприятий, как бренд и репутация, стала принципиальным вопросом для действующих экономистов около 20 лет назад. Несмотря на то, что зарождение бренд-менеджмента произошло еще в конце XIX века, только в конце XX века появилась явная зависимость успеха компании на рынке от силы бренда. Требования потребителей увеличиваются и усложняются, и перед предприятиями возникает необходимость принятия инновационных мер для обеспечения конкурентоспособности, среди которых подразумевается и усиление позиции бренда на рынке [3]. Формирование сильного бренда становится важным вкладом в долгосрочную прибыль. Экономическая сущность бренда формирует добавленную стоимость и увеличивает выручку и активы компании [2]. Увеличение капитализации бренда является важной задачей, как для торговых предприятий, так и реального сектора экономики.

Логический и последовательный подход к проблеме возможен с применением системного анализа. Системный анализ — это «совокупность методов, основанных на использовании ЭВМ и ориентированных на исследование сложных систем — технических, экономических, экологических и т.д.». Результатом системных исследований является, как правило, выбор вполне определенной альтернативы [6].

Метод анализа иерархий (МАИ) является методологической основой для решения задач выбора управленческого решения в той или иной области управления организацией из ряда возможных альтернатив. Метод анализа иерархий относится к методам системного анализа, который получил широкое применение в зарубежной научной и практической деятельности [2].

Основными этапами метода анализа иерархии являются следующие:

1. Очерчивание проблемы и определение целей исследования.
2. Построение иерархии, начиная с вершины (цели – с точки зрения управления), через промежуточные уровни (критерии, по которым строятся последующие уровни) к самому нижнему уровню.
3. Построение множества матриц парных сравнений для каждого из уровней (по одной матрице для каждого элемента уровня).
4. Далее используется иерархический синтез для взвешивания собственных векторов весами критериев и вычисляется сумма по всем соответствующим взвешенным компонентам собственных векторов уровня иерархии, лежащего ниже [3].

В рамках исследования проблемы стратегического управления стоимостью бренда компании была сформулирована проблема – увеличение капитализации бренда. Критериями (факторами) данной проблемы выбраны следующие: увеличение доли рынка, увеличение лояльности к бренду, лидерство в товарной категории, стабильность объемов продаж. Также были определены предполагаемые стратегии развития бренда: стратегия расширения, стратегия кобрендинга, стратегия ребрендинга.

Когда проблемы представлены иерархически, матрица составляется для сравнения относительной важности критериев на втором уровне по отношению к общей цели на первом уровне.

Подобные матрицы должны быть построены для парных сравнений каждой альтернативы на третьем уровне по отношению к критериям второго уровня. В данном исследовании, связанном с выбором стратегии развития бренда, потребуется 4 матрицы (одна - для второго уровня иерархии, и три — для третьего уровня). Эти матрицы представлены в табл. 1, 2, 3, 4,5.

Рис. 1. Декомпозиция задачи в иерархию

Таблица 1. Матрица парных сравнений для уровня 2

	x1	x2	x3	x4
x1	1	2	1/3	3
x2	1/2	1	1/4	2
x3	2	3	1	4
x4	1/3	1/5	1/7	1

где X1 – Увеличение лояльности к бренду
X2 – Увеличение доли рынка
X3 – Лидерство в товарной категории
X4 – Стабильность объемов продаж

Таблица 2. Выбор стратегии развития бренда: сравнение элементов 3 уровня по критерию увеличения лояльности к бренду

	y1	y2	y3
y1	1	1/2	4
y2	3	1	5
y3	1/4	1/5	1

Таблица 3. Выбор стратегии развития бренда: сравнение элементов 3 уровня по критерию увеличения доли рынка

	y1	y2	y3
y1	1	3	4
y2	1/3	1	2
y3	1/4	1/2	1

Таблица 4. Выбор стратегии развития бренда: сравнение элементов 3 уровня по критерию лидерства в товарной категории

	y1	y2	y3
y1	1	1/2	5
y2	2	1	4
y3	1/5	1/4	1

Таблица 5. Выбор стратегии развития бренда: сравнение элементов 3 уровня по критерию стабильности объемов продаж

	y1	y2	y3
y1	1	1/3	3
y2	2	1	4
y3	1/2	1/5	1

На основании полученных результатов можно сделать следующие выводы. Доминирующим (самым важным) фактором для увеличения капитализации бренда, который следует учитывать при выборе стратегии развития рассматриваемого бренда, является соответственно лидерство в товарной категории (самое большое значение вектора приоритетов). Этот фактор имеет значительно большее значение весомости.

Далее находится относительная сила, величина, ценность, желательность или вероятность каждого объекта. Для этого нужно вычислить множество собственных векторов для каждой матрицы, а затем нормализовать результат к единице, получая тем самым вектор приоритетов [5].

При вычислении собственных векторов и векторов глобальных приоритетов были получены данные, представленные в табл. 5, 6, 7, 8, 9.

Таблица 6. Значения собственных векторов и векторов приоритетов для 2 уровня иерархии

№ п/п	Критерий	Значение собственного вектора	Значение вектора глобальных приоритетов
	1	2	3
1	Увеличение лояльности к бренду	1,2	0,27
2	Увеличение доли рынка	0,7	0,16
3	Лидерство в товарной категории	2,2	0,50
4	Стабильность объемов продаж	0,3	0,07

Таблица 7. Значения собственных векторов и векторов приоритетов для 3 уровня иерархии по критерию увеличения лояльности к бренду

№ п/п	Альтернатива	Значение собственного вектора	Значение вектора глобальных приоритетов
	1	2	3
1	Стратегия расширения	1,3	0,31
2	Стратегия кобрендинга	2,5	0,60
3	Стратегия ребрендинга	0,4	0,09

Таблица 8. Значения собственных векторов и векторов приоритетов для 3 уровня иерархии по критерию увеличения доли рынка

№ п/п	Альтернатива	Значение собственного вектора	Значение вектора глобальных приоритетов
	1	2	3
1	Стратегия расширения	2,29	0,63
2	Стратегия кобрендинга	0,87	0,24
3	Стратегия ребрендинга	0,50	0,14

Таблица 9. Значения собственных векторов и векторов приоритетов для 3 уровня иерархии по критерию лидерства в товарной категории

№ п/п	Альтернатива	Значение собственного вектора	Значение вектора глобальных приоритетов
	1	2	3
1	Стратегия расширения	1,36	0,36
2	Стратегия кобрендинга	2,00	0,54
3	Стратегия ребрендинга	0,37	0,10

Таблица 10. Значения собственных векторов и векторов приоритетов для 3 уровня иерархии по критерию стабильности объемов продаж

№ п/п	Альтернатива	Значение собственного вектора	Значение вектора глобальных приоритетов
	1	2	3
1	Стратегия расширения	0,33	0,11
2	Стратегия кобрендинга	2,67	0,88
3	Стратегия ребрендинга	0,03	0,01

Далее вычисляем нормализованные значения векторов приоритетности умножением значений весов критериев, приведенных в табл. 2, на значения векторов глобальных приоритетов каждой из альтернатив. В результате проведенных вычислений были получены данные, приведенные в табл. 11.

Таблица 11. Нормализованные значения векторов приоритетности

№ п/п	Альтернатива	Значение собственного вектора
	1	2
1	Стратегия расширения	0,36
2	Стратегия кобрендинга	0,48
3	Стратегия ребрендинга	0,15

По результатам данного исследования можно сделать следующий вывод: для повышения капитализации бренда предпочтительно применить стратегию кобрендинга.

Кобрендинг представляет собой совместный проект, созданный для продвижения интересов двух (или более) сторон согласно продуманному стратегическому маркетинговому плану, включающему: совместное использование каналов сбыта (кросс-продажи), совместную рекламу и кросс-PR, программы лояльности.

Основными преимуществами совместного брендинга являются экономия средств при совместном продвижении марок, а также дополнительная выгода для потребителей при совместном предложении товара.

Список литературы

1. Луковкина Ю.В., Шальмиева Д.Б. Экономическая сущность бренда и его роль в стратегическом развитии компании / Международная научно-техническая конференция - Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2016), МГУДТ.: сборник материалов. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016, С. 222-225.

2. Шальмиева Д.Б., Дружинина И.А., Белгородский В.С. Инновационное развитие предприятий легкой промышленности в условиях нестабильности экономики. // Дизайн и технологии. № 47. 2015.

3. Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент: Учеб.пособие. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. 176 с.

4. Музыкант В.Л. М89 Брендинг: Управление брендом: Учеб.пособие. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. 316 с.

5. Маркетинг: сущность и цель бренда. – [Электронный ресурс]: URL: http://studbooks.net/819375/marketing/marketing_suschnost_tseli_brenda

6. Бренд Альянс: патентное бюро – [Электронный ресурс] URL: http://www.znaktm.ru/brending-opredelenie-brenda.html

УДК 334.012.64

МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФИНАНСОВЫХ СТРУКТУР И МАЛОГО БИЗНЕСА
MECHANISM OF INTERACTION OF FINANCIAL STRUCTURES AND SMALL BUSINESS

Ирина Михайловна Гаврилова, Анна Андреевна Ордынец
Irina Mihailovna Gavrilova, Anna Andreevna Ordynets

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: im.gavrilova@mail.ru; ordinetsc@mail.ru)

Аннотация: одним из ключевых вопросов настоящего времени является вопрос обеспечения малых предприятий финансовыми средствами кредитных организаций, с учетом условий , особенностей и трудностей на российском рынке.

Abstract: One of the key issues of the present time is the issue of providing small enterprises with financial means of credit institutions, taking into account the conditions, peculiarities and difficulties in the Russian market.

Ключевые слова: малое предприятие, финансы, кредитоспособность, взаимодействие, банки.

Keywords: Small enterprise, finance, creditworthiness, interaction, banks.

Обеспечения малых предприятий финансовыми средствами кредитных организаций в настоящее время остаётся достаточно сложным. С одной стороны, банковский сектор, лишившись альтернативных возможностей надежного размещения денежных средств в высокодоходные государственные ценные бумаги, испытывает значительное давление со стороны неразмещенных пассивов, с другой - предприятия реального сектора экономики нуждаются в денежных ресурсах для развития своей деятельности и получают их в должных объемах. Отечественные банки, готовы предоставлять кредиты не только крупным, но и самых мелким клиентам - простым российским гражданам. Однако они неохотно работают с малыми предприятиями. По последней информации Российского Микрофинансового центра, на рынке сейчас работают приблизительно 5 млн. владельцев малых предприятий, и 70 % процентов этих потенциальных клиентов банков говорят о том, что основная проблема их развития - недостаток кредитных ресурсов. Причины, по которым банки неохотно кредитуют малый бизнес: непрозрачность бизнеса, которая мешает реально оценивать кредитоспособность малых предприятий, отсутствие высоколиквидных залогов в виде коммерческой недвижимости. Банку нужны резервы по кредитам, выдаваемым мелким клиентам. В этом случае кредит банка сильно дорожает. Вина банков обусловлена российском законодательством, где слиш-

ком много пробелов. Не стимулирует и отношение к малым предприятиям Центробанка РФ, не желающего смягчать требования к процедурам кредитования. Сегодня правила не позволяют создавать резервы на возможные потери по займам по упрощенной системе - в виде создания портфеля однородных ссуд - по тем кредитам, размер которых превышает 0,1% от величины собственного капитала банка. Еще одна проблема - облегчение процедуры оформления мелких (до 500 тыс. руб.) кредитов. По мнению экспертов, банковские кредиты только на 2-3 % удовлетворяют спрос: при емкости рынка в $5-7 млрд. объем кредитов реально не превышает $150-170 млн. в год. Предпринимателям приходится искать деньги на так называемом черном рынке кредитов: у знакомых, теневых ростовщиков, и в ломбардах - на жестких условиях и под высокие проценты. Большинство банков, вероятнее всего, начнет улучшать качество своих активов, а кредиты малому бизнесу как правило мало обеспечены. [1]

Усиление конкуренции между российскими банками, а также выход на ранок западных финансовых институтов заставляют многие банки выходить из традиционных сегментов - кредитования крупных корпоративных клиентов и кредитования физических лиц, и осваивать новые направления бизнеса: изменение структуры кредитного портфеля, которая будет зависеть от специализации банка (крупный бизнес, население, инвестпроекты или малый средний бизнес). В том, что банки обратят внимание именно на малые предприятия, участники рынка все же сомневаются: невыгодно обслуживать большое количество малых предприятий из-за больших операционных расходов при небольших размерах кредитов.

Каковы же причины, не позволяющие банкам проводить активную кредитно-инвестиционную стратегию, направленную на вложения в производство?

Во-первых, последствия кризисов является, главным тормозом в развитии взаимоотношений предприятий, предпринимательских структур и банков следует считать отсутствие доверия. Во-вторых, у большинства предприятий отсутствуют возможности обеспечить возврат кредитов и выплату процентов по ним надлежащими гарантиями или залогами (закладами). В-третьих, существует относительно высокая величина кредитной ставки процентов, которая превышает фактическую рентабельность предприятия. В-четвертых, следует иметь в виду, что одной из основных целей коммерческих баков является получение максимальной прибыли. [2] В свою очередь банки заинтересованы в надежных клиентах, которые в относительно короткие сроки могут пустить в оборот большой объем денежных ресурсов, вернуть основной долг и выплатить банку законное вознаграждение в виде процентов за кредит. Желание банка получить доходы сразу и в большом количестве без учета перспектив будущего сотрудничества, отказ в связи с этим от построения более сложных финансовых схем взаимодействия с промышленными предприятиями и предпринимателями, требующих от кредитной организации гораздо большей активности и изобретательности и приносящих при этом относительно меньший текущий доход, приводит к противоречию во взаимоотношениях. Интересы промышленных предприятий и предпринимателей, внедряющих новую продукцию, требующую долгосрочных и недорогостоящих кредитов и инвестиций, расходятся с интересами банков. Одно из «золотых правил» бизнеса гласит: для того, чтобы добиться успеха, необходимо знать своего партнера, особенно, если у него есть деньги. Кто в настоящее время мог бы стать потенциальным кредитором и инвестором? Как найти взаимопонимание между банками и предпринимательскими структурами? В решении именно этих вопросов лежит один из наиболее важных путей подъема реального сектора экономики.

В последние годы внутренние источники инвестирования предприятий - самофинансирование из фондов развития, эмиссионные ресурсы и т.д. - являются маломощными (особенно с учетом кризисного состояния большинства отечественных производителей), что требует привлечения внешних инвестиционных ресурсов. Представляет интерес оценка потенциала тех финансовых средств, которые могли бы быть направлены на цели подъема реального сектора экономики (естественно, при наличии благоприятного инвестиционного климата и соответствующей заинтересованности всех хозяйствующих агентов).

Необходимые объемы финансирования столь велики, что это под силу либо крупным банкам, либо консорциумам средних и мелких банков. Однако создание консорциумов банков на сегодня крайне проблематично в первую очередь из-за кризиса взаимного доверия банков друг к другу.

Различные банковские пулы (объединения, синдикаты) средних и малых банков в современных российских условиях являются слишком неустойчивыми финансовыми структурами для того, чтобы рассматриваться как реальный источник «длинных» денег. То же касается и инвестиционных (чековых, паевых) фондов, положение которых усугубляется тем, что до сегодняшнего дня практически отсутствует законодательно - нормативная база, которая регулировала бы их деятельность. Государственные инвестиции как источник дешевых финансовых средств в настоящее время практически отсутствуют в воспроизводственно-инвестиционном контуре российской экономики и также должны быть исключены из рассмотрения как маломощный на данный момент финансовый источник. Зарубежные инвесторы не активно спешат вернуться в российскую экономику, на ее рынок долгосрочных вложений.

Одним из вариантов внешних источников финансирования могут служить отечественные частные инвесторы. В эту категорию можно объединить средства отдельных предприятий и физических лиц. Но и этого явно недостаточно, и они малореальны по причине экономического неблагополучия предприятий - потенциальных инвесторов, что является следствием нарушения хозяйственных связей, взаимных неплатежей, экономического кризиса и т.д. Средства физических лиц, являющихся внешними инвесторами и не входящих в структуру банковского сектора, также малодоступны в силу недоверия населения к государственной экономической политике, кредитно - финансовой системе в целом и к банковской системе, в частности.

Возврат долгов осложняется еще и тем, что предприятие может иметь долги перед целой группой банков - кредиторов, преследующих на определенных этапах разные цели и не имеющих единой позиции в работе с должником.

В результате, возникает насущная необходимость нахождения устойчивого компромисса в действиях банков, предприятий и региональных администраций. Путь к нему следует искать в разработке и реализации таких нестандартных схем взаимодействия банковских и хозяйственных структур, которые бы наиболее полно учитывали экономические интересы всех участников рассматриваемого процесса [3].

В связи с этим, ядром схем взаимодействия обычно является крупный банк, инициирующий процесс компромисса и использующий экономические рычаги и механизмы распределения кредитно-инвестиционных ресурсов для обеспечения восстановления всего стагнирующего хозяйственного комплекса в целом.

Схема взаимодействия банков с различными структурами рынка должна выглядеть следующим образом:

Банк-крупные предприятия: расширение деятельности-выход из состояния банкротства-сохранение своей марки-расширение сферы сбыта-выпуск новых изделий-выплата налогов.

Банк-малые предприятия: доступ к кредитам-получение заказов-кооперация с крупными предприятиями-обновление оборудования-развитие новых видов деятельности.

Банк-администрация регионов: расширение инфраструктуры региона-создание рабочих мест-рост производства товаров и услуг-строительство социальных объектов-рост налоговых отчислений и формирование бюджетных фондов [4].

Преимущества, ожидаемые при функционировании данной схемы, могут быть следующими:

1. Для крупных предприятий: получение финансовой поддержки банков для развития или запуска производства

2. Для малых предприятий: возможность опосредованного доступа к банковским финансовым ресурсам через крупные предприятия, у которых появляются деньги.

3. Для администрации регионов: развитие производственной и связанной с ней инфраструктуры региона.

4. Для устойчивого функционирования банков: новее оптимальное размещение средств с приемлемыми уровнями доходности и риска невозврата кредита [5].

Самая распространённая практика в мире – возмещение ставки государством. Знаменитая американская схема состоит в том, что 5 млрд. долларов, которые лежат в государственном казначействе, используются как залоговое обеспечение для кредитов, предназначенных для малых предприятий. На уровне Российской Федерации подобная схема реализуется , но количество средств, явно не достаточно. Этими деньгами распоряжается Российский банк развития, который через региональные банки выдаёт кредиты малым предприятиям. Видимо, на государственном уровне пришло время рассмотреть вопрос на предмет значительного увеличения этих средств.

Список литературы

1. *Виноградов А.И.* Управление устойчивостью банковской системы России в условиях мирового кризиса // Экономика и менеджмент систем управления. – 2013. Т. 10. № 4.2. С. 233-239.

2. *Клейнер Г.Б., Шевцова В.Е.* Анализ систем показателей оценки финансового состояния предприятий / Предприятие в условиях рыночной адаптации: анализ, моделирование, стратегия. – М.: ЦЭМИ РАН, 2010.

3. *Идрисов А.Б.* и др. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций. – М.: Филинъ, 2013. С. 14-21.

4. *Черкасов М.Н.* Организация ресурсообеспечения инновационного процесса производственного предприятия // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. № 4. С. 225-229.

5. *Попова А.В.* Совершенствование кредитно-финансовой системы в условиях модернизации экономики России // Экономические науки. 2013. № 102. С. 127-131.

УДК 332.2

ОБРАЗОВАНИЕ И ФОРМЫ ЗЕМЕЛЬНОЙ РЕНТЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
EDUCATION AND FORMS OF THE LAND RENT IN MODERN CONDITIONS

Сергей Сергеевич Репин
Sergey Sergeyevich Repin

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: sergerepin2011@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены различные формы земельной ренты и основных участников земельного рынка. Земельная рента являются современной экономической формой реализации земельной собственности.

Abstract: Various forms of a land rent and the main participants of the land market are considered. A land rent are a modern economic form of realization of the landed property.

Ключевые слова: земельная рента, капитал, производство, сельское хозяйство, собственность, рабочая сила, арендатор, рынок.

Keywords: land rent, capital, production, agriculture, property, labor, tenant, market.

Получение дифференциальной земельной ренты в сельском хозяйстве. Земельная рента исторически выступает в трех формах: отработочной, продуктовой и денежной. Она выражает производственные отношения трех участников - землевладельцев, арендаторов и рабочей силы. Земельная рента включает часть прибавочного продукта, созданного рабочей силой. Другую его часть присваивает себе предприниматель - арендатор. Она основана на использовании рабочей силы, которая лишена средств производства и потому вынуждена продавать свой труд. Земельная рента являются экономической формой реализации земельной собственности. Это - плата за пользование землей, получаемая землевладельцами, присваивающих прибавочный продукт на основе использования наемной рабочей силы.

Дифференциальная рента по своей экономической природе представляет собой избыточную прибавочную стоимость, или сверхприбыль. Арендаторы получают среднюю прибыль, а сверхприбыль в форме ренты выплачивают землевладельцам. Эта сверхприбыль, как и в промышленности, образуется в виде разницы между общественной и индивидуальной ценой производства. В сельском хозяйстве сверхприбыль, выступает в форме дифференциальной ренты. Причиной образования дифференциальной ренты является монополия на землю как на объект хозяйства. В сельском хозяйстве основным средством производства выступает земля. Земельные участки различаются по плодородию и местоположению. Есть лучшие участки земли, средние и худшие. Но количество лучших и средних земель ограниченно. Те предприниматели, которые арендуют средние и лучшие земельные участки, обладают своего рода монополией на землю как на объект хозяйства. Только они согласно договору об аренде имеют возможность вести свое хозяйство на лучших и средних участках земли. Никто другой в течение срока аренды не имеет права приложить свой капитал к их обработке. В этом и состоит монополия хозяйствования на земле [1].

Однако продукт производства с земель высокого качества не может удовлетворить платежеспособный спрос общества. Возникает необходимость в обработке и худших земель. Такие земли будут вовлечены в оборот, если производство на них окупит издержки производства и доставит арендатору среднюю прибыль. Отсюда вытекают особенности ценообразования в сельском хозяйстве.

При равных затратах труда и капитала на лучших, средних и худших участках земли производится неодинаковое количество продукции. Поэтому индивидуальные издержки производства, а следовательно, и индивидуальные цены производства единицы сельскохозяйственной продукции будут различны. Но рыночные цены регулируются не индивидуальной, а общественной ценой производства.

Издержки производства и цены производства единицы сельскохозяйственной продукции, произведенной на лучших и средних участках земли, всегда ниже. Реализуя продукцию по более высокой цене производства, арендаторы лучших и средних земельных участков извлекают сверхприбыль, которая образует дифференциальную ренту [2].

Таким образом, дифференциальная рента есть разница между общественной ценой производства, определяемой условиями производства на худших землях, и индивидуальной ценой производства на лучших и средних землях. Она возникает независимо от частной собственности на землю. Ее порождает монополия на землю как на объект хозяйства. Роль частной собственности на землю состоит в том, что этот излишек прибыли над средней прибылью перемещается из рук арендатора в руки землевладельца в виде ренты.

Рента создается не землей, не естественным плодородием почвы. Сама по себе земля ничего не производит**.** К ней должен быть приложен труд человека. Труд же на более плодородных участках земли, как более производительный, создает больше прибавочной стоимости, часть которой составляет дифференциальную ренту.

Источником дифференциальной ренты является прибавочный труд наемной рабочей силы. Для возникновения дифференциальной ренты необходимо определенное условие. Таким условием является различие в производительности труда, вызываемое неодинаковым

плодородием земель и их местоположением по отношению к рынкам сбыта, а также добавочными вложениями капитала в одну и ту же земельную площадь. Вследствие различной производительности труда, обусловленной плодородием земельных участков, возникает разница между общественной ценой производства и индивидуальной ценой производства [3].

Дифференцированная рента по плодородию возникает из различия в естественном плодородии отдельных участков земли. Она равна разнице между общественной ценой производства сельскохозяйственных продуктов и их индивидуальной ценой производства на более лучших землях.

Земельные участки различаются между собой не только по плодородию, но и по местоположению - находятся на разном удалении от рынков сбыта. Поэтому транспортные расходы, входящие в издержки производства и цену производства, неодинаковы. Для отдаленных от рынка земель эти расходы будут выше, чем для ближе расположенных. Но так как количество близких к рынку земель ограничено и они не могут удовлетворить платежеспособного спроса общества в сельскохозяйственных продуктах, возникает необходимость в обработке отдаленных от рынка земельных участков. Чтобы эти земли вступили в обработку, предприниматель, арендующий такие участки, должен возместить свои издержки и получить среднюю прибыль. Это возможно, если общественная цена производства будет регулироваться условиями производства на худшей по местоположению земле. На близких к рынку землях индивидуальная цена производства будет ниже общественной. Реализуя продукты по общественной цене производства, арендаторы лучших по положению участков извлекают сверхприбыль, которая превращается в дифференциальную ренту, присваиваемую землевладельцами [4].

Дифференциальная рента по местоположению представляет собой разницу между общественной ценой производства сельскохозяйственных продуктов и их индивидуальной ценой производства, полученных с земельных участков, ближе расположенных к рынку.

Плодородие и положение земельных участков - два различных основания дифференциальной ренты, которые могут влиять на нее в противоположных направлениях. Земля может быть ближе расположена к рынку, но менее плодородна, и наоборот.

В сельскохозяйственное производство вначале могут быть втянуты менее плодородные земли, а затем, по мере строительства железных, шоссейных дорог, - более плодородные земли, но дальше расположенные от рынка [7].

С развитием рыночной экономики повышается уровень агротехники, расширяется сеть шоссейных и железных дорог, возникают новые города. Естественно, что эти обстоятельства сокращают неравенства в плодородии земель, уменьшают различия в местоположении земельных участков, способствуют снижению дифференциальной ренты. Но существуют и противодействующие факторы. В условиях широкого применения современных машин в сельскохозяйственном производстве в обработку земли вовлекаются менее удобные участки, которые увеличивают различие между индивидуальной и общественной ценой производства продуктов и сумму дифференциальной ренты [5].

Дифференциальная рента является результатом различной производительности равных капиталов, вложенных в земельные участки неодинакового качества. Она соответствует экстенсивному ведению сельского хозяйства, когда увеличение производства продукции идет за счет расширения посевных площадей. Дифференциальная рента II связана с интенсивным ведением хозяйства, с дополнительными вложениями капитала в одни и те же земельные участки. Вследствие добавочных вложений капитала (применение современных машин, удобрений, улучшение обработки земли и т. п.) в одну и ту же земельную площадь повышается плодородие почвы, растет урожайность, возникает сверхприбыль, образующая дифференциальную ренту II [6]. Дифференциальная рента II есть сверхприбыль, получаемая от дополнительных вложений капитала в данный участок земли. Это разница между общественной и индивидуальной ценой производства сельскохозяйственных продуктов.

Для образования дифференциальной ренты II необходимо, чтобы производительность второй затраты капитала была выше производительности первоначально вложенного капитала в худшую землю, регулирующую общественную цену производства.

Дифференциальная рента II по своей природе, как и дифференциальная рента I, есть избыточная прибавочная стоимость, добавочная прибыль. Но она отличается от дифференциальной ренты I по способу присвоения. До тех пор пока не истек срок аренды, эту сверхприбыль присваивает предприниматель. По истечении срока аренды и заключении нового договора землевладелец учтет доход от добавочных вложений капитала и повысит арендную плату, Добавочная прибыль предпринимателя превратится в дифференциальную ренту II, которая поступит в доход землевладельца. Вот почему между арендаторами и землевладельцами идет борьба из-за сроков аренды. Первые заинтересованы в длительных сроках, вторые, наоборот, в коротких сроках арендных договоров.

Причиной образования дифференциальной ренты является монополия на землю как на объект хозяйства; условием - неодинаковая производительность труда, связанная с плодородием и местоположением земель и добавочными вложениями капитала; источником - прибавочная стоимость, создаваемая наемным трудом рабочей силы.

Список литературы

1. *Мизес Л.* Человеческая деятельность. Трактат по экономической теории. М.: Наука, 1997. 875 с.

2. *Маршал А.* Принципы экономической науки. М.: Прогресс. Универс. 1993, 415 с.

3. *Норд Д.* Институты и институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Форд «Начала», 1997, 358 с.

4. *Макконелл К., Брю С.* Экономикс. М.: республика, 1994, 400 с.

5. *Фишер С., Дорнбуш Р*. Экономика. М.: Дело. 1994. 456 с.

6. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1985, 455 с.

7. *Чаянов А.В.* Крестьянское хозяйство. Избр. труды. М.: Экономика. 1989. 492 с.

УДК 519.2, 338.24.01

МЕТОД ОБЪЕКТИВНОГО МАТЕМАТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА В РАМКАХ ТЕОРИИ СТАТИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ
THE OBJECTIV MATHEMATICAL DESCRIPTION'S METHOD OF THE SELECTION PROBLEM IN FRAMES OF THE STATISTICAL DECISION'S THEORY

Нина Федотовна Голованова*, Антон Андреевич Голованов,**
Nina Fedotovna Golovanova*, Anton Andreevich Golovanov**

** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Россия, Москва*
** The Kosygin State University of Russia, Moscow*
(e-mail: nina4110@yandexl.ru)
***Независимый исследователь, Россия, Москва*
***Independent researcher, Russia, Moscow*
(e-mail: 699anton@gmail.com*)*

Аннотация: Представлен новый оригинальный метод объективного математического анализа анкетных данных для проблемы выбора, основанный на теории статистических решений. Он применён в задачах подбора кандидатов на вакантные должности в рамках деловой игры «Подбор персонала» и выборов президента США в 2016 году. Результаты исследований показывают адекватность описания. Отмечается возможность использования

методов анализа больших данных и других современных технологий обработки информации.

Abstract: A new original statistical decision's theory-based method of objective mathematical personal data's analyses for a selection's problem is submitted. It is used for the staff recruiting's problem in the business game «The staff recruiting» and the US presidential election at 2016 year. The results of investigations perform the model validity. The Big Data technique usability is mentioned.

Ключевые слова: теория статистических решений, объективный математический анализ, деловая игра, проблема выбора.

Keywords: the statistical decision's theory, the objective mathematical analyses, the business game, the selection problem.

В практической деятельности возникают ситуации, когда требуется делать выбор. Например, при массовом приеме на работу, когда на замещение одной должности могут претендует несколько соискателей, или в выборах органов власти всех уровней на этапе выдвижения кандидатов. Безусловно здесь очень важна работа экспертов, которая не является вообще говоря достаточно объективной. В данной статье обсуждается объективный метод системы выбора с использованием математических критериев отбора.

В работе [1] была предложена реализация оригинальной методики и сценария деловой игры «Подбор персонала», которые содержат объективный математический анализ анкетных данных претендентов на вакантные должности в некоторой организации. Этот анализ основан на теории статистических решений в рамках «игр с природой» [2], не имеющих конфликтной окраски. Неизвестные условия игры зависят не от действий двух сознательно действующих противников, а от объективной реальности, которую называют "природой".

В качестве реализации методики была сыграна игра. По сценарию игры руководитель предприятия должен назначить на шесть вакантных должностей шесть претендентов под номерами №1 – №6. Предполагается, что несколько кандидатов могут претендовать на одну и ту же должность. Для этого были созданы две группы экспертов: по производственным компетенциям и человеческому капиталу, которым были предоставлены анкетные данные всех претендентов по этим двум совокупностям показателей.

Новизна методики заключается в том, что эксперты оценивали производственные и личные качества количественно с тем , чтобы подвергнуть количественные характеристики математическим критериям сравнения из которых можно сделать выводы о пригодности данного кандидата соответствующей должности и разумно распределить трудовые ресурсы.

Первая группа экспертов по производственным вопросам по шкале (0, 1,...5) оценивала в соответствии с важностью для данной должности и интересов предприятия следующие компетенции:

$П_1$– образование: a) среднее, b) техническое, c) юридическое, d) экономическое, g) гуманитарное, e) военное;

$П_2$ – возраст: a) до 18, b) 18-21, c) 21-30, d) 30-45, g) 45-55, e) 55-65;

$П_3$ – стаж работы по специальности в вакантной должности в годах: a) 0,

b) 1-3, c) 3-9, d) 10-15, g) 15-20, e) больше 20;

$П_4$– общий стаж работы: a) 0, b) 1-5, c) 5-10, d) 10-15, g) 15-25, e) 25-35;

$П_5$– желательная оплата труда: a) оклад в USD, b) оклад в рублях, c) квартальная премия, d) процент от прибыли, g) процент от выручки, e) процент от доходов;

$П_6$ – организация труда .Умение пользоваться: a)компьютером, b) компьютером, ксероксом и факсом, c) аудио и видео аппаратурой и компьютером, d) компьютером и внешними информационными системами, g) всей современной офисной техникой, e) ничем.

Эксперты по человеческому капиталу по той же шкале и с тех же позиций, что и для производственных компетенций, делали оценки следующих человеческих качеств:

B_1 – личные качества: a)доброжелательность, b) честность, c) принципиальность, d) скромность, g) справедливость, e) пунктуальность);

B_2 – деловые качества: a) трудолюбие, b) организованность, c) коммуникабельность, d) умение слушать людей, g) деловитость, e) исполнительность;

B_3 – психотип: a) экстраверт; b) интраверт, c) сангвиник, d) флегматик, g) холерик, e) меланхолик;

B_4 – хобби: a) спорт, b) нет хобби, c) искусство, d) театр, g) кино, e) охота);

B_5 – вредные привычки: a) алкоголь, b) курение, c) наркомания, d) игра в карты, g) токсикомания, e) скандальность;

B_6 – внешние данные: a) красивый, b) миловидный, c) привлекательный, d) обаятельный, g) обычный, e) страшный.

Для каждой компетенции $П_j$ и человеческого качества B_j эксперты составили таблицы оценок важности (выигрышей) в соответствии с указанной выше шкалой. Причём столбцы в таблицах соотносятся вакантным должностям A_i, а строки – пунктам: a) ,.., e).

В теории игр, к разделам которой относятся "игры с природой" объектом математического анализа являются таблицы выигрышей или платёжные матрицы, где строки соответствуют выигрышам первого игрока при применении им соответствующей стратегии, а столбцы - проигрышам второго игрока при применении им своей соответствующей стратегии.

Первый игрок в нашем рассмотрении - предприятие, стратегиями которого являются должности, которые можно предложить каждому игроку, а второй игрок - "природа", стратегии которого есть производственные компетенции и личные качества каждого претендента. Поэтому с помощью таблиц оценок важности и анкетных данных для каждого претендента на должность составлялись матрицы выигрышей $\{a_{ij}\}$ (платёжные матрицы) отдельно по производственным компетенциям и человеческим качествам, в которых строки определяют вакантные должности A_i (стратегии), а столбцы компетенции $П_j$ и человеческие качествам B_j, (состояния "природы"). Далее эксперты производили анализ платёжных матриц $\{a_{ij}\}$, используя три критерия: Вальда (максиминный критерий), Сэвиджа (критерий минимаксного риска) и Гурвица (критерий пессимизма-оптимизма) [2]. По критерию Вальда оптимальной является стратегия, которая обеспечивает выигрыш в любом случае не меньший, чем "нижняя цена игры с природой " $\alpha = \max_i \min_j a_{ij}$. Этот критерий выражает позицию "крайнего пессимизма".

Критерий Сэвиджа ориентируется не на выигрыш, а на риск $r_{ij} = \beta_j - a_{ij}$, равный разнице наибольшего значения элемента платёжной матрицы в каком-то столбце и любого другого элемента в этом столбце. Оптимальной считается та стратегия, при которой величина риска в наихудших условиях минимальна: $S = \min_i \max_j r_{ij}$.

Экспертами были составлены матрицы рисков для каждого претендента. Оптимальная стратегия в каждом случае выбиралась согласно критерию Сэвиджа.

Согласно третьему критерию пессимизма-оптимизма Гурвица оптимальная стратегия определялась из условия $H = \max_j \{\kappa \min_i a_{ij} + (1-\kappa) \max_i a_{ij}\}$ с "коэффициентом пессимизма" $\kappa = 0.6$.

Совпадение по трём критериям для оптимальной стратегии (должности) в какой-то мере обеспечивает однозначность выбора. Стратегии оптимального или близкого к нему выигрыша при совпадении по двум критериям имеют рекомендательный характер.

В рассмотренной игре по наиболее эффективной для выбора группе производственных компетенций были заполнены три вакансии однозначно (совпали три критерия), а остальные три - с учётом рекомендаций, полученных при анализе критериев и для производственных, и для человеческих качеств. Надо отметить, что отбор по критериям оказался довольно разумным.

Так, например, по совпадению трёх критериев на должность A_6 (персональный помощник) был назначен претендент под номерами №1, молодая девушка со средним образо-

ванием, а на должность A_2 (начальник службы безопасности) – претендент №4, человек средних лет, имеющий военное образование и стаж работы двадцать лет.

Для приведённого выше анализа нет ограничений на количество должностей и претендентов, а также анкетных данных.

Из сказанного выше можно сделать заключение, что предложенная методика позволяет объективно распределить претендентов на вакантные должности.

В рамках математической модели, которая является модификацией изложенного выше метода, была рассмотрена задача оценки успеха кандидатов на президентских выборах в США в 2016 году на последнем этапе. Математическому анализу были подвергнуты анкетные данные, психологические качества и медийно - оценочные характеристики двух претендентов: Дональда Джона Трампа и Хилари Дайан Родэм Клинтон.

Данные о кандидатах были взяты из информационных источников “Washington profile” и “Washington post”. Всю информацию распределили по трём группам.

К первой группе были отнесены качества, характеризующие компетентность: образование, благосостояние, стратегическое видение, организационные способности, навыки в политической деятельности, положение в обществе.

Вторая группа отражает общественное мнение: отношение к политику в обществе, общение со СМИ, уровень ораторских способностей кандидата, дальновидность кандидата, разумная эмоциональность.

В третьей группе содержатся факторы, определяющие особенности пиар компании: средства, вложенные в пиар компанию, уровень известности, постороннее влияние, меценатство.

Факторы оценивались экспертами (авторами) по пяти-бальной шкале. В платёжной матрице этих оценок (выигрышей) строки соответствуют кандидатам (стратегиям), а столбцы – их признакам и качествам (состояниям “природы”). Матрица исследована с помощью тех же трёх критериев: Вальда (максиминный критерий), Сэвиджа (критерий минимаксного риска) и Гурвица (критерий пессимизма-оптимизма). Для каждого из них найдено оптимальное решение: оптимальный выигрыш и стратегия, т. е. какой претендент больше подходит.

В результате получилось, что по критериям Вальда и Гурвица выборы должен выиграть Трамп, а по критерию Сэвиджа – Клинтон. Таким образом, как показали математические оценки, у Трампа было больше шансов выиграть выборы, так как два критерия высказались в его пользу, а за Клинтон только один.

Предложенные выше метод и методика имеют инновационный характер и их можно использовать как в учебном процессе, так и в реальной деятельности предприятий при массовом наборе персонала или в первичном отборе кандидатов в органы управления. Отметим, что эти новые технологии в менеджменте и управлении требуют использования современных компьютерных технологий больших данных и технологий машинного обучения.

Список литературы

1. *Титаренко К.А., Ухина А.А., Голованова Н.Ф.* Сборник материалов Всероссийской научной студенческой конференции «Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности» (ИНТЕКС-2016). Ч. 1. – М.: МГУДТ», 2016. С. 189-190.

2.*Вентцель Е.С.* Исследование операций: Задачи, принципы, методология. Учеб. пособие для вузов. М. : Дрофа, 2004. 206 с.

УДК 330.075

КРУГОВОРОТ ПРОМЫШЛЕННОГО КАПИТАЛА
CIRCULATION OF THE INDUSTRIAL CAPITAL

Сергей Сергеевич Репин
Sergey Sergeyevich Repin

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: sergerepin2011@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены различные стадии движения промышленного капитала, его движение, процесс кругооборота, проходящий различные стадии, процесс, который, в свою очередь, заключает в себе три различные формы кругооборота.

Abstract: Various stages of the movement of the industrial capital, his movement, the process of a circulation which is taking place various stages, process which, in turn, comprises three various forms of a circulation are considered.

Ключевые слова: капитал, промышленность, стадии, процесс, рабочая сила, предприниматель, рынок.

Keywords: capital, industry, stages, process, labor, businessman, market.

Кругооборот промышленного капитала. Капитал это движение, процесс кругооборота, проходящий различные стадии, процесс, который, в свою очередь, заключает в себе три различные формы кругооборота. поэтому капитал можно понять лишь как движение.

Жизненный путь капитала исторически и логически начинается **в** виде определенной суммы денег. Первоначально он выступает как денежный капитал. Сначала предприниматель появляется на рынке как покупатель и приобретает здесь за деньги средства производства и рабочую силу. Затем он организует процесс производства. В процессе производства создается новый товар, причем большей стоимости, чем стоимость израсходованных средств производства и рабочей силы. С новым товаром предприниматель снова возвращается на рынок, но теперь уже в качестве продавца. Здесь его товар превращается в деньги. Весь описанный процесс представляет своеобразное круговое движение. В своем движении капитал охватывает процесс производства и процесс обращения и проходит три стадии [1].

Первая стадия совершается в сфере обращения. Предприниматель, авансируя денежный капитал, приобретает средства производства и покупает рабочую силу, то есть такие товары, которые необходимы для производственного потребления. Денежный капитал превращается в производительный.

Предприниматель покупает на рынке не любые товары, а лишь такие, которые являются элементами производительного капитала, служат средством извлечения прибавочной стоимости. Характерной чертой и особенностью способа производства, решающим моментом в первой стадии кругооборота является покупка предпринимателем товара особого рода - рабочей силы. Именно этим действием деньги превращаются в капитал.

Денежный капитал на первой стадии своего движения выполняет определенную функцию. Превращение его в производительный капитал обеспечивает соединение средств производства с рабочей силой, показывает способ этого соединения.

При второй стадии капитал выходит из стадии обращения и поступает в стадию производства. Данная стадия кругооборота представляет собой единство производства материальных благ и самовозрастания стоимости, она является решающей во всем движении капитала.

В процессе производства рабочие своим трудом не только переносят на произведенный товар стоимость потребленных средств производства, но и создают новую стоимость, которая воспроизводит стоимость рабочей силы и образует прибавочную стоимость, присваиваемую предпринимателем.

На второй стадии кругооборота элементы производительного капитала потребляются и создается продукт этого потребления - товар. Тем самым производительный капитал превращается в товарный капитал.

Третья стадия круговорота капитала - эта стадия, как и первая, протекает в сфере обращения. Капитал выступает здесь в товарной форме. Предприниматель возвращается на товарный рынок и реализует произведенные товары, превращает их в деньги. Завершается заключительный этап в движении капитала - превращение товарного капитала в денежный капитал. Но здесь уже товарный капитал воплощает в себе возросшую капитальную стоимость, то есть стоимость потребленного авансированного капитала плюс прибавочную стоимость. Реализация возросшей капитальной стоимости и является функцией товарного капитала [2].

Капитал отличается от первоначального капитала, как реализованный капитал от авансированного капитала. Количественно отличается тем, что представляет собой возросшую стоимость, то есть авансированную капитальную стоимость плюс прибавочную стоимость. Таким образом, капитал в своем движении последовательно проходит три стадии и принимает три формы. В первой стадии, проходящей в сфере обращения, денежный капитал превращается в производительный. Во второй, охватывающей сферу производства, производительный капитал превращается в товарный. В третьей, вновь проходящей в сфере обращения, товарный капитал превращается в денежный.

Действительная природа капитала, его сущность непосредственно проявляются в функционировании производительного капитала. Только в процессе производства происходит самовозрастание стоимости. Круговорот капитала совершается **в сфере** обращения, представляют собой лишь смену форм **стоимости и** являются необходимой предпосылкой функционирования **произво**дительного капитала [3].

Предприниматель в погоне за прибавочной стоимостью непрерывно пускает в оборот свой капитал. Кругообороты промышленного капитала повторяются. Непрерывность кругооборота капитала предполагает непрерывную смену трех его форм. Промышленный капитал в ходе кругооборота не только последовательно принимает денежную, производительную и товарную формы, но и в каждый момент находится во всех этих трех формах.

Кругооборот товарного капитала, начинающийся с купли-продажи, показывает значение реализации **для** производства в условиях рынка. Кругообороты различных форм промышленного капитала происходят не изолированно друг от друга, а одновременно, в единстве. Пока денежный капитал превращается в производительный, одновременно производительный превращается в товарный, а товарный - в денежный [4].

Единство всех трех форм кругооборота промышленного капитала предопределяет непрерывность процесса его движения. Однако в силу противоречий производства эта непрерывность нарушается, что особенно ярко и наглядно проявляется во время экономических кризисов.

Кругооборот промышленного капитала наглядно показывает тесную связь между производством и обращением. Обращение невозможно без производства. Прежде чем поступить в процесс обращения, товары должны быть произведены на предприятиях. С другой стороны, производство предполагает обращение капитала [5].

Двойственность производства обусловливает двойственность обращения. В сфере обращения происходят движение потребительных стоимостей и смена формы стоимости. Характерная черта обращения заключается не в перемещении потребительных стоимостей, а в самих процессах купли-продажи. Смена формы стоимости и есть обращение в собственном смысле слова.

Список литературы

1. Агарков А.П. Экономика на предприятии. – М.: Дашков и Ко. 2014. 400 с.
2.Бабук И.М. Экономика промышленного предприятия. – М.: Инфра-М, 2014. 439 с.
3.Баскакова О.В. Экономика предприятия. – М.: Дашков и Ко, 2015. 372 с.
4. *Горфинкель В.Я.* Экономика предприятия. – М.: Юнити-Дана, 2015. 663 с.
5. *Клочкова Е.Н.* Экономика предприятия. – М.: Юрайт, 2015. 448 с.
6. *Новашина Т.С.* Экономика предприятия. – М.: Синегрия, 2015. 344 с.

УДК 658.512

БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ТРИКОТАЖНОЙ КОМПАНИИ
THE BUSINESS-PROCESSES OF THE KNITTED COMPANY

Екатерина Аркадьевна Сотскова, Ольга Павловна Сотскова
Ekaterina Arkadievna Sotskova, Olga Pavlovna Sotskova

Ивановский государственный политехнический университет, Россия, Иваново
Ivanovo State Polytechnic University, Russia, Ivanovo
(e-mail: sotskova.ivanovo@mail.ru; sotskova@nm.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности выделения бизнес-процессов на предприятиях по производству трикотажа в зависимости от способа производства.

Abstract: The features of business processes allocation at the enterprises of knitwear production are considered depending on the mode of production.

Ключевые слова: бизнес-процессы, процессный подход, трикотажное производство, способы производства трикотажа.

Keywords: business-processes, the process approach, knitting production, mode of production of knitwear.

Высокая экономическая эффективность трикотажного производства объясняется тем, что весь технологический процесс рассматривается как единый бизнес-процесс, на входе которого имеется сырье в виде пряжи и нитей, на выходе – готовый продукт, предназначенный для потребителя, а не посредника-производственника. Эта схема идеально работала на государственных предприятиях и естественно рухнула при переходе на рыночную экономику, так как лишилась главного ресурса – финансовой поддержки, что привело к техническому отставанию, потери конкурентоспособности и банкротству многих трикотажных предприятий. Выходом стало дробление единого бизнес-процесса на отдельные бизнес-процессы, в соответствии с которыми организовывались новые самостоятельные компании. То есть был осуществлен переход от функционального управления предприятием к процессному подходу, который заключается в выделении, организации бизнес-процессов и управлении ими.

Бизнес-процесс – это совокупность последовательных, логически связанных действий, выполняющихся во времени и в пространстве, преобразующих входы в выходы по определённой технологии с использованием ресурсов, и направленных на достижение результата, ценного для клиента. Бизнес-процесс объединяет в единое целое работу, которую ранее делили на небольшие отрезки, и этапы этого процесса выполняются в естественной логической последовательности командой, а не различными подразделениями и отделами, как ранее. Процессно-ориентированное управление промышленным предприятием делает его гибким и мобильным, оперативно и адекватно реагирующим на изменения внешней среды и внутреннее состояние организации.

В соответствии со способам производства – кроеным, регулярным и полурегулярным, формируется структура предприятий трикотажной промышленности, устанавливается количество технологических переходов и операций, выбирается ассортимент вырабатываемой продукции, определяются технологии изготовления, обеспечивающие должное качество изделий.

При кроеном способе трикотажного производства мы имеем самую длинную последовательность технологических операций: хранение сырья – контроль качества сырья – подготовка пряжи к вязанию – вязание полотна – разбраковка полотна, подготовка красильно-отделочной партии – красильно-отделочные операции – настилание полотна – раскройные операции – швейные операции – влажно-тепловая обработка изделий – контроль качества готовых изделий – маркировка и упаковка готовой продукции – хранение готовой продукции [1].

Раскройные операции, давшие название способу, являются составной частью швейного производства трикотажной фабрики, отличительной особенностью которого является относительная технологическая независимость, на входе процесса – трикотажное полотно, на выходе – готовая продукция. Поэтому именно швейное производство формально или фактически отделялось от общего бизнес-процесса изготовления трикотажных изделий. Организация нового бизнес-процесса осуществлялась по двум сценариям:

1) создание швейных фирм, которые были свободны в выборе сырья и покупали трикотажное полотно за рубежом, как более дешевое, что привело к полному развалу трикотажных предприятий, ориентированных на выпуск полотен;

2) сами трикотажные предприятия, чтобы конкурировать с первой группой, также стали «докупать» дешевое полотно и обрекли свое производство на деградацию в техническом плане.

Немногие предприятия смогли обновить парк оборудования и сохранить вязальные цеха. Только по прошествии 25 лет стали появляться предприниматели, которые начинают вкладываться в этот сектор трикотажной промышленности, поскольку могут использовать его главное преимущество – высокую доходность при больших объемах производства.

Банкротство трикотажных предприятий, работавших по кроеному способу, спровоцировала также проблема устаревшего красильно-отделочного производства, которая остается актуальной и сейчас. Строительство современных очистных сооружений – мероприятие дорогостоящее, а часто не выполнимое с экологической точки зрения. Кроме этого, требуется дорогостоящее оборудование с производительностью, превышающей реальные потребности предприятия при существующем объеме основного производства. Поэтому выделение красильно-отделочных операций в отдельный бизнес-процесс привело к идеи аутсорсинга, что успешно реализуется на многих предприятиях Ивановской области. Аутсорсинг также позволяет сэкономить на реализации тех задач, с которыми предприятия сталкиваются время от времени (например, юридические вопросы).

Однако, в этом случае имеется ряд отрицательных моментов. Выделение из общего бизнес-процесса частного красильно-отделочного привело к увеличению времени прохождения технологического цикла обработки текстильного материала, удлинению логистической цепочки и, следовательно, транспортных расходов, росту складских площадей для хранения партий материалов, а также возрос риск простоя у зависимого швейного производства.

При регулярном способе изготовления трикотажных изделий технологический процесс имеет самую короткую цепочку операций: хранение сырья – контроль качества сырья – подготовка пряжи к вязанию – вязание деталей изделия или изделий – швейные операции – влажно-тепловая обработка изделий – контроль качества готовых изделий – маркировка и упаковка готовой продукции – хранение готовой продукции [1]. Разделение основного бизнес-процесса в этом случае не рационально, поэтому предприятия, работающие по данному способу не меняли своей производственной структуры с точки зрения процессного

подхода, а сосредоточились на технической модернизации. Промежуточные позиции занимает полурегулярный способ, позволяющий убрать дорогостоящий раскрой полотна, но включающий операции подкроя, что делает его менее эффективным, по сравнению с регулярным способом. Методически грамотное выделение в структуре предприятия бизнес-процессов способно снизить издержки, увеличить производительность работ, скорость выполнения заказов и услуг, повысить качество продукции, избавиться от излишне раздутого штата и бюрократии, что особенно актуально для большинства промышленных предприятий с устаревшей организационной структурой.

При проведении модернизации структуры управления по процессному принципу предприятия могут столкнуться со следующими проблемами:

– ограниченностью ресурсов, прежде всего трудовых и финансовых (необходимо заранее распределить между сотрудниками предполагаемые обязанности, произвести их балансировку с точки зрения занятости конкретного исполнителя с учетом его квалификации, предусмотреть действия и нагрузку в форс-мажорных обстоятельствах; также важно составить бюджет распределения денежных средств, чтобы не останавливать запущенный процесс модернизации на полпути из-за их нехватки вследствие неточного расчета, не изыскивать дополнительные средства, не применять меры жесткой экономии, которые весьма вероятно понизят эффект от перестройки);

– проблемой координации бизнес-процессов между собой (необходимо заранее решить, как будут взаимодействовать выходы одного бизнес-процесса с входами другого, убедиться, что не происходит наложения функций друг на друга и отсутствуют разрывы в единой цепочке переходов);

– требованием строгого разграничения ответственности за бизнес-процесс (владелец бизнес-процесса должен контролировать ход модернизации, оперативно реагировать на отклонения и соответственно корректировать действия подчиненных лиц или информировать о затруднениях вышестоящее руководство, он также отвечает за результативность бизнес-процесса, когда перестройка системы управления будет окончена);

– потребностью в формировании системы показателей эффективности работы бизнес-процесса, которая позволит оценить по объективным критериям степень близости достигнутых результатов к желаемому состоянию системы, а также укажет на слабые места и потенциальные точки роста [2].

Немаловажный фактором, который уже сейчас оказывает существенное влияние на исследуемую проблему – развитие информационных технологий. Получение, обработка, выполнение заказов и продажа продукции, проведение банковских и налоговых операций по Интернету вносит свои коррективы в структуру и организацию управления на предприятии.

Эффективность перехода на процессный принцип управления зависит от следующих факторов:

– заинтересованность как руководства, так и исполнителей в достижении конечного результата, выражающаяся в постоянном контроле и открытости для обратной связи;

– формирование команды по планированию, что дает возможность специалистам в различных областях обмениваться мнениями и создает многосторонний взгляд на решаемую проблему;

– квалификация лиц, осуществляющих планирование, подразумевает не только теоретические знания по данному вопросу, но и опыт практического осуществления аналогичных проектов;

– наличие информации в виде систематизированных и классифицированных баз данных, в том числе содержащих готовые элементы планов, смет и бюджетов, которые можно комбинировать в требуемом порядке при создании актуального бизнес-проекта;

– информационные технологии, используемые на предприятии: современные программные продукты позволяют автоматизировать даже творческий процесс разработки стра-

тегических планов, и существенно упрощают создание смет и бюджетов; наличие локальных сетей повышает оперативность взаимодействия сотрудников; Интернет обеспечивает поиск аналогов и отслеживание действий конкурентов;

– неформальный подход и обязательное следование намеченному плану при его реализации; любое изменение плана должно быть критически оценено и проверено на взаимовлияние с другими этапами плана [2].

Таким образом, для каждого конкретного предприятия трикотажной промышленности следует оценить необходимость перехода от классической функциональной структуры к управлению по бизнес-процессам, а также спрогнозировать экономическую эффективность новации в соответствии с объемами и способами производства.

Список литературы

1. *Сотскова О.П.* Верхние трикотажные изделия: учебное пособие. Иваново: ИВГПУ, 2013. 264 с.

2. *Сотскова Е.А.* Планирование бизнес-процессов промышленного предприятия // Матер., Тез. докл. международной научно-технической конференции «Современные наукоемкие технологии и перспективные материалы текстильной и легкой промышленности (Прогресс-2013)». Иваново: ИВГПУ, 2013. С. 300-302.

УДК 37

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА САМООБСЛЕДОВАНИЯ В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ (ДОУ)
PROCESS OPTIMIZATION OF SELF-INSPECTION IN THE PRESCHOOL EDUCATIONAL INSTITUTION (PEI)

Ольга Николаевна Баранова
Olga Nikolaevna Baranova

Колледж Российского государственного университета им. А. Н. Косыгина, Россия, Москва
College of Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: bon-20@bk.ru)

Аннотация: На основании нормативно-технической документации рассмотрены этапы аттестации в дошкольных детских учреждениях. Учтены некоторые особенности самоанализа ДОУ. Приведены результаты экспериментального исследования по разработке перечня показателей качества оказания услуг дошкольного учреждения.

Abstract: On the basis of the specifications and technical documentation certification stages in preschool child care facilities are considered. Some features of introspection of preschool educational institution are considered. Results of pilot study in development of the list of quality indicators of preschool institution rendering services are given.

Ключевые слова: аттестация в дошкольных детских учреждениях, самоанализ ДОУ, самообследование в ДОУ, перечень показателей качества оказания услуг дошкольного учреждения.

Keywords: certification in preschool child care facilities, introspection of preschool educational institution, self-inspection in preschool educational institution, the list of quality indicators of preschool institution rendering services.

Перед дошкольными детскими учреждениями государством поставлено несколько основных задач: сохранение и укрепление физического и психического здоровья детей, интеллектуальное и личностное развитие каждого ребенка с учетом его индивидуальных особен-

ностей, оказание помощи семье в воспитании детей и материальной поддержке, гарантированной государством. Поэтому работа детского сада должна быть высокого уровня, обеспечивающего всестороннее развитие ребенка: физиологическое, умственное, нравственное, эстетическое.

Одним из факторов, влияющих на высокий уровень работы детского сада, является самоконтроль предприятия. Его результаты позволяют выявить резервы предприятия, эффективнее организовать работу коллектива ДОУ так, что дети, не болея, с большим желанием будут регулярно посещать детский сад.

Объектом исследования стал самый распространенный и популярный вид образовательных учреждений в крупных городах – детский сад общеразвивающего вида с приоритетным осуществлением одного или нескольких направлений развития воспитанников [1].

Сложность проведения самообследования в детском образовательном учреждении заключается в изучении и использовании в ограниченный срок огромного объема нормативно-технической документации, характеризующей права и обязанности участников образовательных и воспитательных отношений (администрации, обслуживающего персонала, педагогов и родителей воспитанников ДОУ). Поэтому в исследовании изначально установили основные и вспомогательные звенья детского сада, участвующие в работе, а значит: в создании услуг. Для этого на первом этапе исследования была разработана схема управления ДОУ, представленная на рис. 1 [2].

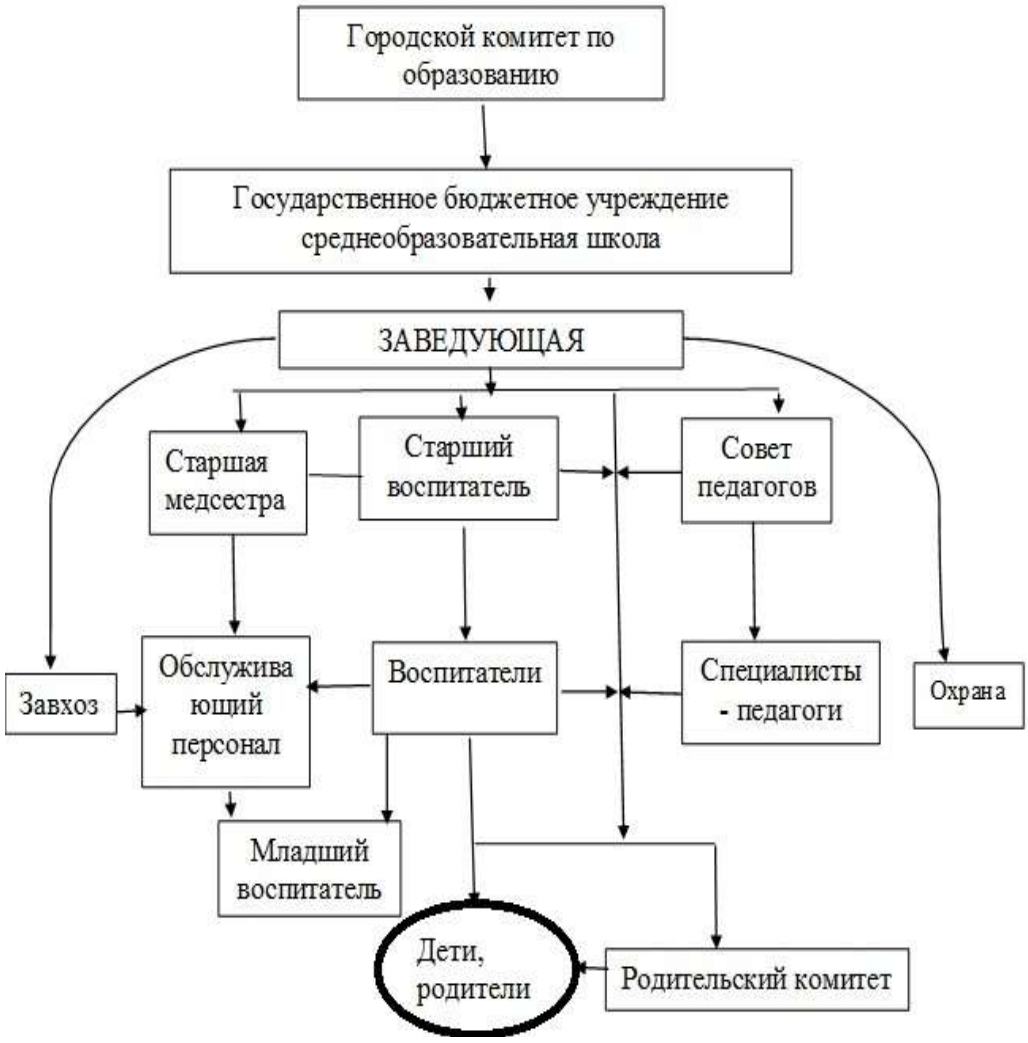

Рис. 1. Схема управления общеобразовательным дошкольным учреждением

Согласно, разработанной схеме главными производственными звеньями дошкольного учреждения и вышестоящих над ним организаций являются: заведующая, воспитатели, старший воспитатель, младший воспитатель, специалисты-педагоги, совет педагогов ДОУ, родительский комитет ДОУ, средняя образовательная бюджетная школа, городской комитет по образованию. Также установили, что нормальную бесперебойную работу ДОУ обеспечивают организационные звенья предприятия: обслуживающий персонал, старшая медсестра, охрана, завхоз.

На схеме управления наглядно представлены все отдельные элементы системы ДОУ, их связи и отношения между ними. По схеме определяются группы системы, производящие определенные виды услуг, и ключевые звенья производства.

Для дальнейшей оптимизации внутреннего контроля дошкольного образовательного учреждения необходимо было решить следующие задачи: определить направления видов услуг и установить оптимальный перечень оказываемых услуг.

Решение первой задачи осуществлялось на территории детского сада. Для этого была создана экспертная группа из семи человек, в которую вошли сотрудники и родители воспитанников дошкольного учреждения: заведующая, старший воспитатель, медицинский работник, преподаватель по физическому воспитанию, воспитатель подготовительной группы, родители кратковременной и старшей группы. В результате анализа деятельности персонала и руководства детского учреждения при использовании ФГОС N 30384 от 1 января 2014 г., санитарно-эпидемиологических правил и норм, было установлено, что учреждение производит услуги по двум направлениям:

1) Обеспечение комфортных условий содержания детей.

2) Обеспечение качества образования.

В ходе работы экспертной группы было установлено, что при создании комфортных условий пребывания детей на территории детского сада необходимо поддерживать стабильность в обеспечении следующих видов услуг:

– наличие дидактического оборудования, наглядных пособий, игровых материалов;

– охрана дошкольного учреждения;

–профилактические медицинские мероприятия, качественное медицинское обслуживание;

– освещенность помещения;

– водоснабжение;

– температурный режим помещений;

– своевременная уборка помещений;

– режим и полноценное сбалансированное питание;

– благоустройство территории [3, 4, 5].

Обеспечению качества образовательных услуг способствуют следующие позиции:

– плодотворные взаимоотношения между воспитанниками и педагогами;

– полная нагрузка образовательных программ;

– качество образовательного процесса;

– предоставление информации воспитателями и дошкольным учреждением;

– профессионализм педагогического состава;

– профессионализм обслуживающего персонала [6-10].

На основе ГОСТ Р 52113-2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества» и с использованием основных принципов ИСО 9000 в процессе исследования установлен перечень оказываемых видов услуг в дошкольном учреждении, представленный в табл. 1 [11].

Таблица 1. Перечень видов услуг, предоставляемых дошкольным учреждением

Направления видов услуг	Виды услуг	Нормативно-техническая документация
1	2	3
Обеспечение комфорта и благоустройство	Дидактическое оборудование и наглядные пособия Освещенность помещений Температурный режим помещений Водоснабжение Благоустройство территории Гигиенические требования к оборудованию Охрана дошкольного учреждения	СанПиН 2.4.1.3049-13
	Санитарное содержание помещений	СанПиН 2.4.1.3049-13 ГОСТ 12.1.007-76 Постановление РФ N 554. Постановление Минздрава РФ СП 3.5.1378-03
	Качественное медицинское обслуживание	СанПиН 2.4.1.3049-13 Приказ Минздрава РФ №186 Приказ Минздрава РФ № 621
	Режим и качество питания	СанПиН 2.4.1.3049-13 СанПиН 2.3.2.1940-05
Качество образования	Обслуживающий персонал Педагогический состав Нагрузка образовательных программ	СанПиН 2.4.1.3049-13 Приказ Министерства образования и науки РФ №1014
	Взаимоотношения между воспитанниками и педагогами	Приказ Министерства образования и науки РФ № 1155 Приказ Министерства образования и науки РФ №1014
	Качество образовательного процесса	Федеральный закон РФ №273 Приказ Министерства образования и науки РФ №1014
	Предоставление информации воспитателями и дошкольным учреждением	Приказ Министерства образования и науки РФ № 1155

Разработанный перечень необходимых услуг позволяет оптимизировать проведение внутреннего контроля детского образовательного учреждения, способствуя проведению структурированной работы над нормативно-технической документацией.

В заключение статьи следует отметить, что состояние демографической проблемы является одной из главных задач России на сегодняшний день. Демографическое неблагополучие нашей страны сегодня очень актуально. Повышение качества услуг ДОУ – это важный шаг в направлении воспитания нового поколения.

Для организации эффективной работы дошкольных учреждений необходимо совершенствовать систему самоконтроля этих учреждений. Для оптимального

функционирования которой следует разработать и предложить номенклатуру показателей качества видов услуг дошкольного образовательного учреждения.

Список литературы

1. Федеральный закон РФ от 29.12.2012г. №273 «Об образовании в Российской Федерации».

2. *Генри Минцберг.* Действуй эффективно! Лучшая практика менеджмента. СПб.: Питер, 2011. 288 с

3. ГОСТ 12.1.007 – 76 «Вредные вещества. Классификация и общие требования безопасности».

4. Постановление РФ N 554. (ред. от 25.01.2017) «О требованиях к формированию, утверждению и ведению плана-графика закупок товаров, работ, услуг для обеспечения нужд субъекта Российской Федерации и муниципальных нужд, а также о требованиях к форме плана – графика закупок товаров, работ, услуг».

5. Постановление Минздрава РФ СП 3.5.1378 – 03 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации и осуществлению дезинфекционной деятельности».

6. Приказ от 5 июня 1998 года N 186 «О повышении квалификации специалистов со средним медицинским и фармацевтическим образованием» (ред. От 05.08.2003)

7. Приказ Минздрава РФ от 30.12.2003 N 621 «О комплексной оценке состояния здоровья детей» (вместе с «Инструкцией, по комплексной оценке, состояния здоровья детей»)

8. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 19.01.2005 N 3 «О введении в действие СанПиН 2.3.2.1940 – 05» (ред. от 27.06.2008).

9. Приказ Министерства образования и науки РФ №1014 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным общеобразовательным программам – образовательным программам дошкольного образования».

10. Приказ Министерства образования и науки РФ № 1155 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования».

11. ГОСТ Р 52113 – 2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества».

СЕКЦИЯ 3.
ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

УДК330.322:[687.1+677]

ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫПУСКА ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ ПРОДУКЦИИ
PROBLEMS OF INVESTMENT IN ORGANIZING ISSUANCE OF IMPORT-REPLACEMENT PRODUCTS

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

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

Аннотация: Приведены результаты исследования предпосылок по возможному инвестированию проведения мероприятий по расширению выпуска импортозамещающей продукции в легкой промышленности Российской Федерации.

Abstract: The results of a study of the prerequisites for the possible investment of measures to expand the output of import-substituting products in the light industry of the Russian Federation are presented.

Ключевые слова: импортозамещение, объемы инвестиций, конкурентоспособность, текстильное и швейное производство

Keywords: import substitution, investment volumes, competitiveness, textile and clothing manufacture

Вопросы импортозамещения продукции стали достаточно актуальными в России, начиная с 2014 г., когда была избрана политика на импортозамещение. Это объяснялось введением экономических санкций, в частности, относительно сферы торговли в нашей стране, снижением цен на сырьевые ресурсы, падением курса российского рубля по отношению к мировым валютам, блокированием доступа к кредитам на международных финансовых рынках и прекращением трансфера технологий.

Импортозамещение в России, являющееся частью ее экономической стратегии, направленно на замещения импортируемых товаров и технологий продуктами национального производства, что способствует защите внутренних производителей и повышению конкурентоспособности отечественной продукции. При этом появляются предпосылки мобилизации внутренних возможностей бизнес-процессов, модернизации производства, увеличения инвестиций в основной капитал реального сектора экономики, освоения новых видов продукции с высокой добавленной стоимостью, повышения заинтересованности персонала в результатах деятельности и производительности труда, что обеспечит экономический рост самих предприятий и в целом валового национального продукта страны.

Выпуск импортозамещающей продукции важен для российских производителей, потребителей и экономики страны. Мероприятия реализации политики импортозамещения рассматриваются на разных уровнях законодательной власти Российской Федерации. Основные из них были определены в апреле 2016 г. распоряжением Правительства РФ №1936-р от 30.09.2014 г. «План содействия импортозамещению в промышленности». Комитет по про-

мышленной политике Совета Федерации провел парламентские слушания на тему «Импортозамещение в Российской Федерации: проблемы и их решения». Были разработаны мероприятия для включения в планы импортозамещения продукции по соответствующим отраслям промышленности Российской Федерации на период до 2018 г.

Президент Российской Федерации В.В. Путин сформулировал задачу необходимости разработки программ импортозамещения, реализация которых будет способствовать созданию в России ряда производств, отличающихся конкурентными преимуществами не только внутри страны, но и на международных рынках.

Разработка программ, их научно-техническое сопровождение и реализация на предприятиях будут успешными при выполнении одного из условий: обеспечения их инвестирования. Под инвестированием понимают процесс вложения капитала, денежных или финансовых средств в разработку и реализацию инвестиционных, инновационных, коммерческих и иных проектов. Инвестирование важно для российских предприятий и в целом для России, поскольку посредством его можно достигнуть роста их экономики.

Среди ограничителей реализации программ импортозамещения, относящихся к текстильной отрасли [3], можно выделить основные: 1) отсутствие достаточного количества сырья на отечественном рынке, поэтому появляется необходимость в зарубежных поставках, возникает зависимость от иностранных поставщиков и посредников; 2) наличие на ряде предприятий устаревшего парка технологического оборудования, которое требует модернизации или замены на высокопроизводительное. Возникает необходимость поддержки отечественными производителями развития сопряженных видов экономической деятельности, обеспечивающих потребность в сырьевых ресурсах, в современном оборудовании и в промышленных компьютерах с программным обеспечением.

Инвестирование предприятий легкой промышленности проводится периодически и постепенно уменьшается. В табл. 1 представлены статистические показатели динамики инвестиций в основной капитал по текстильному и швейному производству, производству кожи, изделий из кожи и производству обуви по годам [1, с.581-582] и вычисленные относительные изменения относительно итоговых значений.

Таблица 1. Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности

	годы						
	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Миллиардов рублей (в фактически действовавших ценах)						
Инвестиции в основной капитал – всего	1165,2	9152,1	11035,7	12586,1	13450,2	13902,6	14555,9
в том числе по видам экономической деятельности:							
обрабатывающие производства	190,2	1207,6	1418,7	1688,7	1945,3	2084,6	2285,2
из них:							
текстильное и швейное производство	1,9	11,3	11,0	12,1	16,6	21,0	14,2
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	0,2	4,2	6,1	5,1	5,7	7,8	6,5
	В процентах к итогу						
Инвестиции в основной капитал – всего	100	100	100	100	100	100	100
в том числе по видам экономической деятельности:							
обрабатывающие произ-	16,3	13,2	12,9	13,4	14,4	15,1	15,7

водства из них: текстильное и швейное производство производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	0,2 0,02	0,1 0,05	0,1 0,1	0,1 0,04	0,1 0,04	0,2 0,1	0,1 0,04

Можно отметить спад инвестиции в основной капитал текстильных и швейных производств в 2015 году относительно 2014 года на 6,8 млрд.руб. или на 32,4%. За этот же период сокращение инвестиций в основной капитал производств кожи, изделий из кожи и в производство обуви, как следует из таблицы 1, составляло 1,3 млрд.руб. или 16,7%.

Достижения импортозамещения в этих видах экономической деятельности зависят, в частности, от развития отечественного текстильного машиностроени, от ценового преимущества их продукции и мер поддержки, например, со стороны Правительства РФ по реконструкции и техническому перевооружению существующих производств.

Данные Росстата [1, с.583] по ндексам физического объема инвестиций в основной капитал (табл. 2) иллюстрируют замедление инвестирования текстильных и других производств легкой промышленности. Это объясняется инфляционными процессами, что сопровождается сокращением объемов частных инвестиций, поступающих из средств физических лиц и предпринимательских организаций негосударственных форм собственности.

Таблица 2. Индексы физического объема инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности (в сопоставимых ценах; в процентах к предыдущему году)

	годы					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Инвестиции в основной капитал – всего	106,3	110,8	106,8	100,8	98,5[1)]	91,6
в том числе по видам экономической деятельности: обрабатывающие производства	101,5	107,9	112,4	107,3	103,4	92,7
из них: текстильное и швейное производство	137,2	92,5	103,4	119,6	125,2	58,2
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	в 2,5 р.	136,3	80,0	102,4	130,9	70,0

[1)] В целях обеспечения статистической сопоставимости относительные показатели по Российской Федерации рассчитаны без учета данных по Республике Крым и г. Севастополю.

В условиях, когда среди действующих текстильных и швейных производств, производств кожи, изделий из кожи и производств обуви значительная доля приходится на организации с частной формой собственностью [1, с.346], то есть соответственно 90,4% и 89,4% в 2015 году (табл. 3), то предприятиям, как правило, необходимо расчитывать на собственные финансовые ресурсы.

У многих частных организаций их собственные средства является единственным источником для инвестирования проектов. Предприятиям пока сложно рассчитывать на получение долгосрочных кредитов и ссуд. Решение этого вопроса стоит на повестке дня у правительства при разработке антикризисных мер и у руководителей российской финансово-кредитной системы. В настоящее время банковские кредиты выдаются под большие гарантийные обязательства, включая залог имущества предприятий, под высокие процентные

ставки. Кроме того, внешние заимствования у иностранных инвесторов ограничены экономическими санкциями.

Таблица 3. Число действующих организаций и их территориально-обособленных подразделений по формам собственности в 2015 г.

	Всего	в том числе по формам собственности:						
		государственная	муниципальная	частная[1)]	собственность общественных и религиозных организаций (объединений)	смешанная российская[2)]	иностранная	совместная российская и иностранная
обрабатывающие производства, ед.	263142	10925	2421	237861	1029	4152	3783	2971
к итогу, %	100,0	4,2	0,9	90,4	0,4	1,6	1,4	1,1
из них:								
текстильное и швейное производство, ед.	15802	1339	203	13842	180	127	63	48
к итогу, %	100,0	8,5	1,3	87,6	1,1	0,8	0,4	0,3
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви, ед.	1503	109	7	1343	12	9	13	10
к итогу, %	100,0	7,3	0,5	89,4	0,8	0,6	0,9	0,7

[1)] Включая собственность российских граждан, постоянно проживающих за границей.

[2)] Включая собственность государственных корпораций и собственность потребительской кооперации.

Необходимость инвестирования мелких и средних инновационных предприятий, разработки новых технологий которых перспективны и имеют народнохозяйственное значение, приводит к поиску инвесторов. Так, используют возможности получения государственных инвестиций в приоритетные проекты, средств из инвестиционных фондов или от финансовых посредников. Кроме того, на разработку и реализацию инновационных проектов могут направляться венчурные инвестиции, инвестиции деловых партнеров.

Инвестиции, обеспечивающие реализацию Стратегии [2] оцениваются в 460-640 млрд. руб. Эти вложения способствуют увеличению выпуска импортозамещающей продукции предприятиями легкой промышленности**.** По предварительным оценкам [4], представленным в табл. 4, осуществление мер по импортозамещению в легкой промышленности позволит к 2020 году значительно сократить долю импорта тканей, спецодежды, обуви, школьной формы и других видов продукции текстильного, швейного и обувного производств.

Таблица 4. Импортозамещающие позиции в легкой промышленности (выборочно)

Продукт/технология	Доля импорта, %	
	в 2014 г.	к 2020 г.
Ткани для домашнего текстиля	100	15
Спецодежда и спецобувь	30	3
Школьная форма	70	30
Флисовые ткани	100	60
Постельные принадлежности	65	45
Утепленная рабочая одежда	90	50

Решению задач импортозамещения будет способствовать увеличение масштабов выпуска химических волокон и нитей в России. Ожидается, что к 2025 году их доля в общем сырьевом балансе, использующимся в легкой промышленности, будет достигать порядка 70%. По оптимистическому варианту пауза, связанная с инвестированием и развитием производств химических волокон и нитей, в ближайшее время завершится и перейдет к периоду нарастания этих процессов. Прямое участие государства в инвестиционной деятельности по капитальным вложениям в возрождение этих производств может осуществляться за счет средств федерального бюджета и бюджетных субъектов Российской Федерации в соответствии с Федеральным законом [5], с федеральными и региональными целевыми программами. Кроме прямого участия в этой инвестиционной деятельности государство может и косвенно регулировать условия инвестирования проектов.

Государственная поддержка из инвестиционных или иных фондов осуществляется как: прямое софинансирование проектов; участие в акционерном капитале организации, занимающимся тем или иным проектом; применение системы государственных гарантий, отличающихся от действующих гарантий Минфина. Разумеется, что эта поддержка применяется к тем производствам, функционирование которых в народнохозяйственном масштабе соответствует решению задач, стоящих перед страной.

Предпосылками успешного решения проблемы инвестирования при реализации планов организации выпуска импортозамещающей продукции [3, 6] могут стать мероприятия по оптимизации структуры и уровня занятости трудоспособного населения в России, снятие барьеров по привлечению квалифицированных специалистов, способных выполнить задачи по расширению выпуска продукции и техническому обновлению производств.

Для дальнейшего роста объемов конкурентоспособной отечественной продукции необходимо инвестирование, так как требуются капитальные вложения в прирост производственных мощностей и их освоение. Для выхода на высокую траекторию роста импортозамещения организациям недостаточно лишь самофинансирования инновационных и инвестиционных проектов. Поэтому целесообразно создание в России благоприятных условий по инвестированию выпуска импортозамещающей продукции. В частности, предусмотривать для инновационно-активных предприятий снижение налоговой нагрузки, административных барьеров и формирование качественной инновационной инфраструктуры.

Список литературы

1. Российский статистический ежегодник. 2016: Стат.сб./Росстат. – М., 2016. 725 с.

2. Приказ Минпромторга РФ от 24.09.2009 N 853 «Об утверждении Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года и Плана мероприятий по ее реализации».

3. *Радонцева Е.К., Зотикова О.Н.* Предпосылки импортозамещения текстильных товаров в России./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. 222-227.

4. URL http://moneymakerfactory.ru/biznes-idei/biznes-na-zameschenii-importa/ [Дата обращения 27.04.2017].

5. Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 N 39-ФЗ (последняя редакция). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/

6. *Ковалева О.Н.* Импортозамещение в легкой промышленности. /Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации-2016): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 3. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2016. – 308 с., С. 203-205.

УДК 336.7+351+341.9

КРЕДИТОВАНИЕ ПОД ЗАЛОГ ПРАВА НА ОБЪЕКТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, КАК МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИКОЙ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ
LOANS SECURED RIGHTS TO OBJECTS OF INTELLECTUAL PROPERTY AS A MECHANISM TO MANAGE THE POLICY OF IMPORT SUBSTITUTION

Наиль Тимерзянович Сулейманов
Nail Timerzyanovich Suleymanov

Частное образовательное учреждение высшего образования "Восточная экономико-юридическая гуманитарная академия" (Академия ВЭГУ), Россия, Уфа
Private educational institution of higher education, "Eastern Economics and law humanitarian Academy" (Academy VEGU), Russia, Ufa,
(e-mail: iiss@bk.ru)

Аннотация: Предложена модель кредитования под залог права на объекты интеллектуальной собственности, как механизм управления инновационной экономикой.

Abstract: The model of crediting on pledge of rights to objects of intellectual property as a mechanism of management of innovative economy.

Ключевые слова: право на объекты интеллектуальной собственности, оценка прав на ОИС, проектно-инжиниринговая компания, страховая компания, банк, инвесторы.

Keywords: the right to intellectual property, assessment of rights on intellectual property, design and engineering company, insurance company, Bank, investors.

Межведомственной рабочей группой по разработке национальных стандартов в области интеллектуальной собственности в кредитной организации, членом которого является автор данной статьи, разрабатывается модель использования интеллектуальной собственности в кредитной организации и страхованию рисков, как механизм управления программой импортозамещения. Зарубежный опыт исследований в данном направлении демонстрирует возможность коммерциализации интеллектуальной собственности в хозяйственном обороте и использовать его в качестве залогового инструмента [1,2].

Межведомственной рабочей группой по разработке проекта «Национального стандарта РФ «Интеллектуальная собственность. Управление интеллектуальной собственностью в кредитной организации» предлагается следующая модель системы кредитования под залог прав на объекты интеллектуальной собственности (рис. 1).

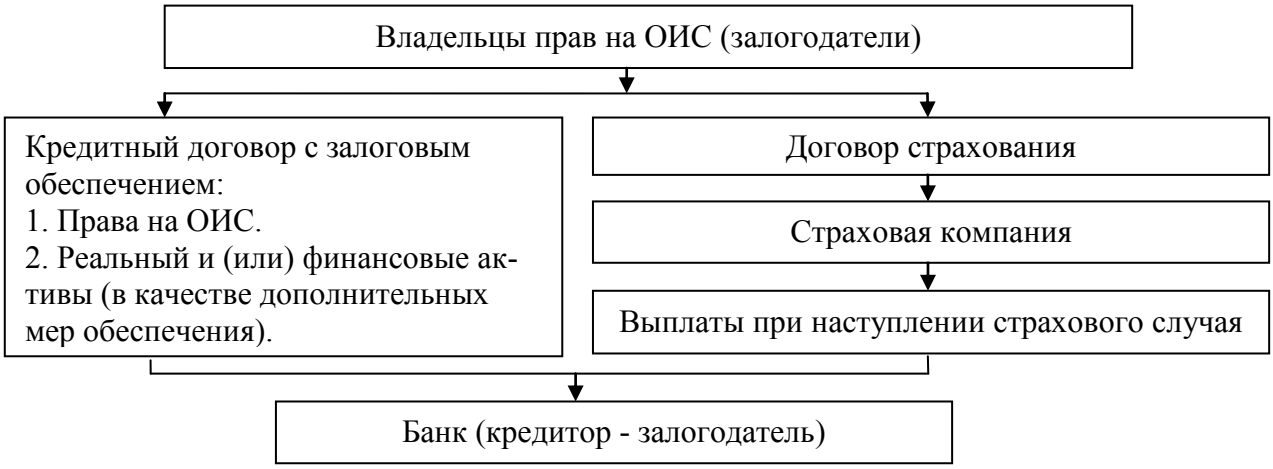

Рис. 1. Модель системы кредитования под залог прав на ОИС

В данной модели реализуется способ вовлечения в хозяйственный оборот интеллектуальной собственности в полноценные финансовые активы при участии оценщиков интеллектуальной собственности, страховых компаний обязательств по кредитному договору под залог прав на объекты интеллектуальной собственности банками.

Предлагаемая модель системы кредитования включает цепочку действий этапов:

1 – владелец прав на объекты интеллектуальной собственности (ОИС) обращается в проектно-инжиниринговую компанию по коммерциализации ИС, как организатору инновационного проекта. При этом предусматривается два способа взаимодействия:

- Владелец права на ОИС и проектно-инжиниринговая компания заключают договор на уступку (передачу) права на промышленное (коммерческое) использование ОИС данному предприятию, которые будут использованы как предмет залога для получения кредита;

- Проектно-инжиниринговая компания на коммерческой основе осуществляет подготовку пакета документов, в том числе производит оценку ИС, подбирает банки (кредитные организации) и направляет заявки на получение кредита под залог право на ИС.

2 – Банк (кредитная организация) выдает кредиты под залог прав на ОИС, залогодателем выступает либо владелец прав на ОИС, либо проектно-инжиниринговая организация, как инициатор проекта в зависимости от содержания договора и формирует портфели интеллектуальных активов для обеспечения денежных поступлений.

3 – одновременно с договором кредита заключается договор страхования, который является неотъемлемой частью данного договора.

4 – Банк, как кредитная организация использует интеллектуальные активы в собственных инновационных и инвестиционных проектах.

5 – Банк (кредитная организация) передает пул интеллектуальных активов целевой компании (SPV) (финансовый инжиниринг), специально созданной под этот проект. При передаче активов выполняется условие «реальной продажи» активов, что предполагает именно продажу, а не передачу внаем или временное пользование. После получения активов SPV осуществляет эмиссию и размещение собственных ценных бумаг, обеспеченных предстоящими денежными поступлениями от полученных активов. При этом, обеспечением являются право интеллектуальной собственности в качестве объекта залога.

В дальнейшем СФО осуществляет эмиссию и размещение ценных бумаг, обеспеченных пулом или стоимостью пула патентов.

Право требования выводиться на SPV и привлекает финансирование с рынка ценных бумаг.

6 – привлечение инвесторов. Целевая компания SPV осуществляет эмиссию и размещение ценных бумаг, обеспеченных пулом активов или привлекает финансовые ресурсы на фондовом рынке. Инвесторами могут выступать физические или юридические лица (инвестиционные, пенсионные фонды и компании и т.п.), как российские, так и зарубежные.

К сожалению, в настоящее время рынок прав на объекты интеллектуальной собственности в РФ находиться в стадии становления, что требует законодательного обеспечения и внимания со стороны государства. Банки, несмотря на сложную экономическую ситуацию [3]:

- проявляют определенный интерес к рынку прав на объекты ИС;

- недооценивают преимущества раннего вхождения на рынок;

- не рассматривают свое участие в его развитии как фактор конкурентоспособности.

В соответствии со ст. 336 ГК РФ, объекты интеллектуальной собственности могут быть использованы в качестве залога при обеспечении исполнения обязательств, т.к. предметом залога может быть всякое имущество, в том числе вещи и имущественные права, за исключением имущества, на которое не допускается обращение взыскания, требований, неразрывно связанных с личностью кредитора.

Пункт 12 Постановления Пленумов Верховного суда и Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 26.03.2009 № 5/29 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» пре-

дусматривает, что имущественные права на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации могут выступать в качестве предмета залога при условии, что допустимо их отчуждение от правообладателя.

Проблемы методологии оценки стоимости нематериальных активов (НМА). Основной задачей, которая стоит перед действующим предприятием, является повышение рыночной стоимости активов, наиболее эффективное их использование, в частности, НМА.

Проблема 1. Недостаток практических научно обоснованных методов стоимостной оценки НМА. Учет, идентификация, правовая охрана и стоимостная оценка НМА является основой повышения их рыночной стоимости, эффективного управления НМА и предприятием в целом.

Ключевая проблема повышения рыночной стоимости предприятия – это недооценка влияния НМА на результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, и как следствие, неверная расстановка приоритетов при формировании и реализации тактической и стратегической программы развития.

Проблема 2. Стоимостная оценка НМА является одним из элементов унификации российских стандартов финансовой и бухгалтерской отчетности с международными (МРО 4 – Международные рекомендации по оценке. Нематериальные активы).

Незащищенные нематериальные объекты, не прошедшие идентификацию, правовую экспертизу, и как следствие, стоимостную оценку, существенно снижают, прежде всего, внутренний «скрытый» потенциал развития предприятия, несут существенный риск утраты не только прав на ИС, но и утраты прав собственности на весь имущественный комплекс предприятия, становятся мощным инструментом в конкурентной борьбе.

Для изменения ситуации требуется не только разработка и утверждение профессионального стандарта в области интеллектуальной собственности, но и существенные изменения в области корпоративной культуры кредитных организаций и субъектов хозяйствования в отношении исключительного права на объекты интеллектуальной собственности.

По мнению международных экспертов, рынок страхования ОИС является растущим и перспективным для развития, что подтверждают исследования международных компаний [4]. По данным исследований компании RPV, на мировом рынке страхования ОИС наблюдается:

- рост количества исков на 600%;
- увеличение расходов на разрешения патентных споров на 160%.

В международной практике различают виды страхового покрытия ОИС (табл. 1).

Таблица 1. Виды страхового покрытия ОИС

Страховое покрытие в случае снижения дохода, связанного с использованием ОИС	Страховое покрытие судебных издержек	
	Страховое покрытие в случае нарушения патентных прав страхователя использованием ОИС третьим лицам	Страховое покрытие в случае предъявления страхователю претензий со стороны иных правообладателей
(IP Value Insurance)	(IP Abatement Coverage)	(IP Defense Cost)
↓	Страховые интересы	↓
Предпринимательские риски: убыток и/или недополучение прибыли	Утрата или сужение прав интеллектуальной собственности	Ответственность перед третьими лицами

В международной практике страхование ОИС строится для покрытия трех групп издержек:

- снижение или утрата доходов;
- судебные издержки в случае нарушения патентных прав страхователя;
- судебные издержки в случае предъявления страхователю претензий со стороны иных правообладателей.

В России этот рынок пока не развит, сейчас только предстоит формировать его. Группы страховых продуктов в зависимости от характера рисков представлены в табл. 2.

Таблица 2. Группа страховых продуктов в зависимости от характера рисков

Страховые продукты	Основные риски
Титульное страхование	Риск утраты прав собственности
GAP страхование	«Гарантированное страхование стоимости»
Обеспечение договора	Для Правообладателей и Лицензиатов/сублицензиатов: страховка как обеспечительная мера для реализации условий лицензии/концессии в период действия договора
Страхование финансовых рисков	Убытки (или недополучение прибыли) в следствии нарушения авторских прав
Страхование ответственности	Факт наступления гражданской ответственности по обязательствам за причинение вреда третьим лицам
Страхование профессиональной ответственности	Факт наступления гражданской ответственности по обязательствам за причинение вреда третьим лицам при осуществлении профессиональной деятельности

Формирование российского рынка страхования ОИС может быть представлена в следующем виде (рис. 2).

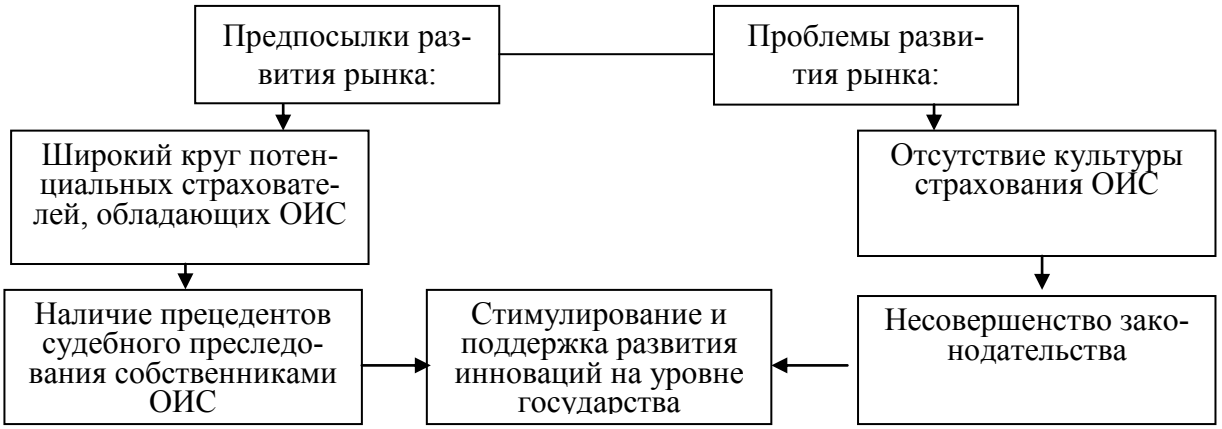

Рис. 2. Формирование российского рынка страхования ОИС

По данным Федеральной службы по интеллектуальной собственности и Федеральной службы государственной статистики структура рынка страхования ОИС в 2016 г. общее количество потенциальных объектов страхования составляет - 387 тыс. шт. Основную долю в структуре рынка потенциальных объектов страхования занимают действующие патенты - 346 тыс. шт. (83%). Свидетельства на товарные знаки и знаки обслуживания занимают вторую позицию в структуре - 47 тыс. шт. (11%).

Федеральный стандарт оценки «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности (ФСО N 11)» утвержден приказом Минэкономразвития России от 22 июня 2015 г. N 385, разработан с учетом международных стандартов оценки и определяет требования к проведению оценки нематериальных активов и интеллектуальной, собственности.

Объектами оценки могут выступать нематериальные активы - активы, которые не имеют материально-вещественной формы, проявляют себя своими экономическими свойствами, дают выгоды их собственнику (правообладателю) и генерируют для него доходы (выгоды), в том числе [5]:

1) исключительные права на интеллектуальную собственность, а также иные права (право следования, право доступа и другие), относящиеся к интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях;

2) права, составляющие содержание договорных обязательств (договоров, соглашений);

3) деловая репутация.

Объекты интеллектуальной собственности в качестве залогового имущества. Из постановления Пленума Верховного Суда РФ N 5, Пленума ВАС РФ N 29 от 26.03.2009 "О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации". «...не могут выступать в качестве предмета залога личные неимущественные права».

Имущественные права на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации могут выступать в качестве предмета залога при условии, допустимости их отчуждение от правообладателя. Как пример, не могут быть предметом залога право следования на произведения изобразительного искусства, авторские рукописи (автографы), литературных и музыкальных произведений исключительное право на фирменное наименование, исключительное право на наименование места происхождения товаров».

В качестве залогового имущества представляются:

- Товарные знаки (знаки обслуживания, бренды);
- Объекты патентного права (патенты на изобретения, патенты на полезные модели, патенты на промышленные образцы).

Основными рисками правообладателей и кредитных учреждений - при принятии ОИС в качестве залога являются:

- утеря прав собственности (титула);
- противоправные действия третьих лиц (кража);
- снижение стоимости.

В рамках реализации Программы национальной стандартизации на 2016-2017 гг., на базе РНИИИС, при поддержке Банка России и заинтересованных организаций ведется разработка новых национальных стандартов, призванных усовершенствовать нормативную базу оборота ОИС в РФ, в том числе в кредитных организациях:

- «Интеллектуальная собственность. Страхование рисков»;
- «Интеллектуальная собственность. Управление интеллектуальной собственностью в кредитной организации».

Целью данных стандартов является введение процедур и правил, регулирующих отношения при распределении исключительных (имущественных) прав между заказчиком, исполнителем и автором на охраняемые результаты интеллектуальной деятельности, создаваемые и/или используемые при выполнении научно-исследовательских, опытно-конструкторских, технологических и производственных работ, в том числе при бюджетном финансировании и использовании кредитными учреждениями в качестве залога.

Список литературы

1. *Павлов Б.П.* О концепции национального стандарта РФ «Кредитование под залог интеллектуальной собственности». / IX Международный форум «Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности». Москва, 7 апреля 2017 г.

2. *Сулейманов Н.Т.* Кредитование под залог права на объекты интеллектуальной собственности в государствах Евразийского экономического союза. / IX Международный форум «Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности». Москва, 7 апреля 2017 г.

3. *Амосова Н.А.* Участие банков в формировании рыночных отношений в области интеллектуальной собственности как фактор их конкурентоспособности. / IX Международный форум «Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности». Москва, 7 апреля 2017 г.

4. *Агаджанова М.В., Кляшня М.В.* Институт страхования как факто развития рынка интеллектуальной собственности. Матрица страховых потребностей субъектов рынка ИС. ВСК Страховой дом. РНИИИС. / IX Международный форум «Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности». Москва, 7 апреля 2017 г.

5. *Сулейманов Н.Т., Ибрагимов И.М.* Проблемы методологии оценки объектов интеллектуальной промышленной собственности в современных условиях // Вопросы оценки. 2004, №3. С. 51-58.

УДК 338.43

ПРОЦЕССЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ
PROCESSES OF IMPORT SUBSTITUTION ON THE FOOD MARKET OF KOSTROMA REGION

Маргарита Израйлевна Беркович, Анастасия Владимировна Карпова
Margarita Izraylevna Berkovich, Anastasiia Vladimirovna Karpova

Костромской государственный университет, Россия, Кострома
Kostroma State University, Russia, Kostroma
(e-mail: ecdepart@kstu.edu.ru, AnastasiiaKarpova@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрено развитие сельского хозяйства и потребительского рынка Костромской области. Выявлены центры роста сельскохозяйственного производства региона и общее замедление процессов импортозамещения на продовольственном рынке.

Abstract: The development of agriculture and the consumer market of the Kostroma region is considered. The centers of growth of agricultural production of the region and the general slowdown of the processes of import substitution in the food market are revealed.

Ключевые слова: импортозамещение, сельскохозяйственное производство, продовольственный рынок, центр роста

Keywords: Import substitution, agricultural production, food market, center of growth

Обеспечение продовольственной безопасности является одной из главных целей экономической политики государства, поскольку доступность для населения продуктов питания высокого качества является основой социальной стабильности страны.

Продовольственной эмбарго, установленное указом Президента Российской Федерации от 6 августа 2014 года № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации», привело к резкому росту цен и снижению качества продуктов питания на территории страны. В этой связи ключевым элементом обеспечения продовольственной безопасности России стала политика импортозамещения.

С 2015 года активизация процессов импортозамещения в Костромской области осуществлялась в соответствии с планом мероприятий по импортозамещению, утвержденным распоряжением администрации Костромской области №19-ра [1] и направленным на стимулирование агропромышленного комплекса, потребительского рынка, малого бизнеса и совершенствование инвестиционной и промышленной политики, системы государственных и муниципальных закупок.

В 2016 году распоряжением администрации Костромской области №90-ра [2] был утвержден новый план мероприятий, который предполагает большее число системных меро-

приятий и включает перечень планируемых к реализации инвестиционных проектов, направленных на выпуск импортозамещающей или экспортоориентированной продукции.

Несмотря на реализацию мероприятий плана по импортозамещению в Костромской области, инвестиции в сельскохозяйственное производство региона в 2012-2016 гг. заметно сократились (рис. 1).

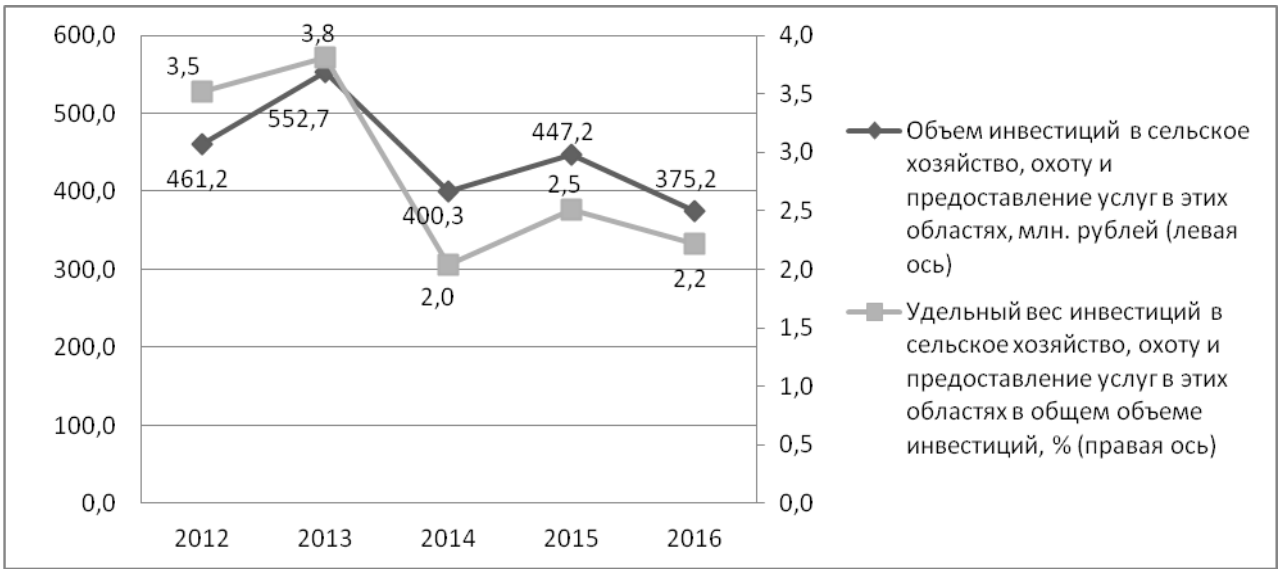

Рис. 1. Объем инвестиций в основной капитал по виду деятельности «сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях» и их удельный вес в общем объеме инвестиций в основной капитал региона 2012-2016 гг. (на основании [3], [4])

Из рис. 1 видно, что объем инвестиций в основной капитал по виду деяельности «сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях» снизился с 461,2 млн.рублей в 2012 году до 375,2 млн.рублей в 2016 году, а их удальный вес в общем объеме инвестиций в основной капитал региона сократился до 2,2%.

В большинстве из 30-ти муниципальных образований Костромской области в 2012-2016 гг. зафиксировно сокращение объемов производства основных продуктов сельского хозяйства. Территории, на которых отмечен рост производства сельскохозяйственной продукции представлены в табл. 1.

Таблица 1. Территории, на которых в 2012-2016 гг. отмечен рост объемов сельскохозяйственного производства (на основании [4], [5], [6], [7], [8])

Показатель	Муниципальные образования, в которых зафиксирован рост показателя в 2012-2016 гг.
Валовой сбор зерновых и зернобобовых, тонн	г.Буй и Буйский район, г.Галич и Галичский район, Красносельский район, Островский район, Пыщугский район, Сусанинский район
Валовой сбор картофеля и овощей, тонн	г.Кострома и Костромской район, Красносельский район, Межевской район, Парфеньевский район, Пыщугский район
Производство скота и птицы на убой (в живом весе), тонн	г.Буй и Буйский район, Вохомский район, г.Галич и Галичский район, Поназыревский район, Сусанинский район, г.Шарья и Шарьинский район
Производство молока, тонн	г.Буй и Буйский район, г.Галич и Галичский район, г.Кострома и Костромской район, г.Нерехта и Нерехтский район, Павинский район

Согласно данным табл. 1, рост объемов сельскохозяйственного производства по большинству позиций зафиксирован в г.Буе и Буйском районе, г.Галиче и Галичском районе, Красносельском районе, г.Кострома и Костромском, Пыщугском,, Сусанинском районах Костромской области.

Центры роста объемов сельскохозяйственного производства в Костромской области можно выделить с помощью формулы сравнительного потенциала территории:

$$П = \frac{X_n}{X_{\max}} \times Y_{\max}, \quad (1)$$

где X_n – значение показателя на исследуемой территории,

X_{max} – максимально возможное значение показателя (максимальное значение показателя в рассматриваемых территориях),

Y_{max} – максимально возможная оценка потенциала территории. (для анализа выбраны по четыре показателя в каждой отрасли).

Показатели для анализа представлены в табл. 2.

Таблица 2. Показатели для анализа сельскохозяйственного производства Костромской области

Отрасль	Показатель	Y_{max}
Растениеводство	Удельный вес посевной площади в общей площади муниципального образования, %	2,5
	Валовой сбор зерновых и зернобобовых на душу населения, кг	2,5
	Валовой сбор картофеля на душу населения, кг	2,5
	Валовой сбор овощей на душу населения, кг	2,5
	Сумма	**10**
Животноводство	Поголовье КРС на 1000 чел. населения, голов	2,5
	Поголовье свиней на 1000 чел. населения, голов	2,5
	Производство скота и птицы на убой (в живом весе) на душу населения, кг	2,5
	Производство молока на душу населения, кг	2,5
	Сумма	**10**

Поскольку обеспечение продовольственной безопасности предполагает производство собственной продукции в количестве, достаточном для населения, то все показатели целесообразно соотносить с его численностью или с площадью рассматриваемых территорий.

Общий потенциал по отрасли находится путем суммирования частных потенциалов территории (использованы статистичечские данные за 2016 год) и может достигать 10 баллов.

Результаты представлены на рис. 2.

Согласно проведенному анализу, мпортозамещение сельскохозяйственной продукции наиболее активно проходит в Красносельском, Сусанинском, Нерехтском и Октябрьском районах Костромской области.

На потребительском рынке Костромской области в 2012-2016 гг. зафиксировано замедление темпов роста оборота розничной торговли (рис. 3).

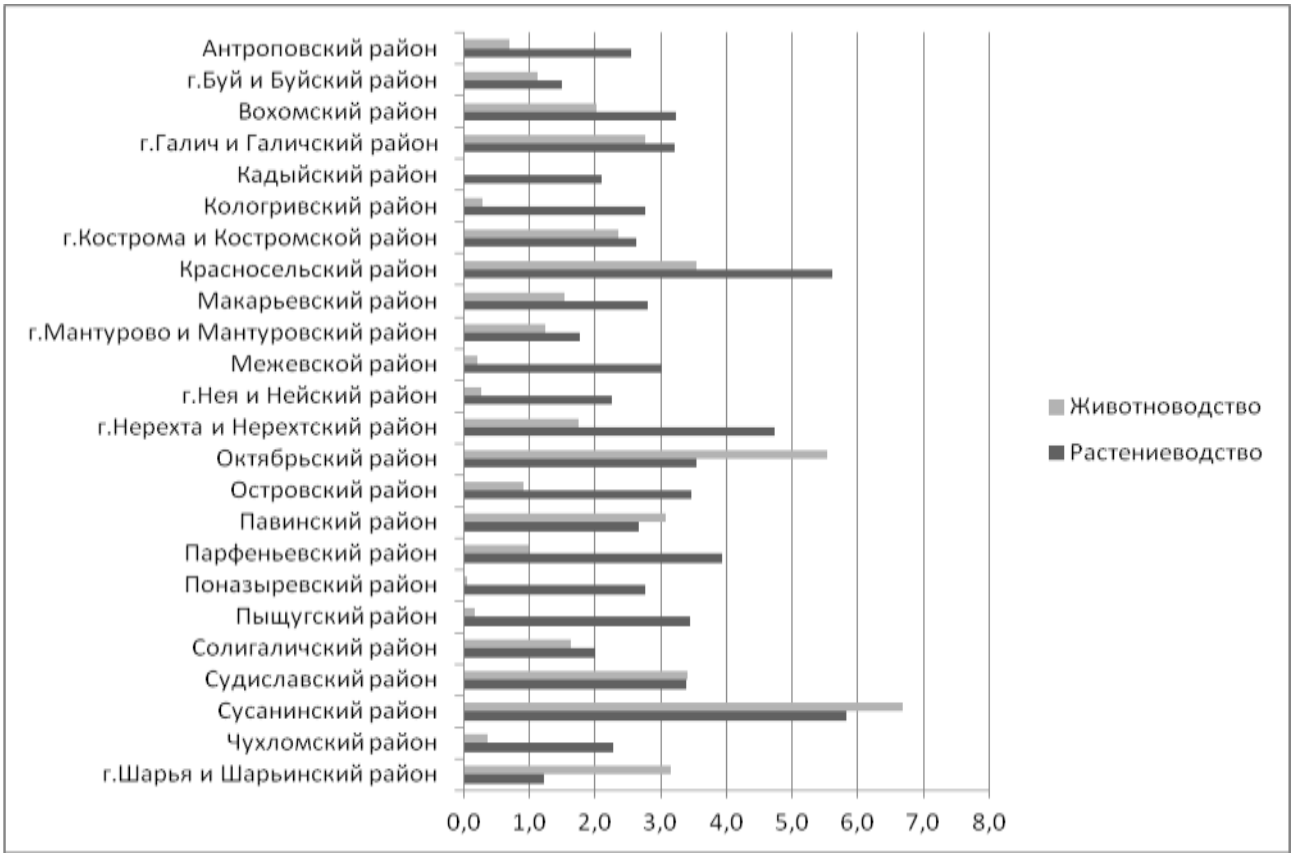

Рис. 2. Результаты анализа по выявлению центров роста сельскохозяйственного производства в 2016 году (на основании [4], [5], [6], [7], [8])

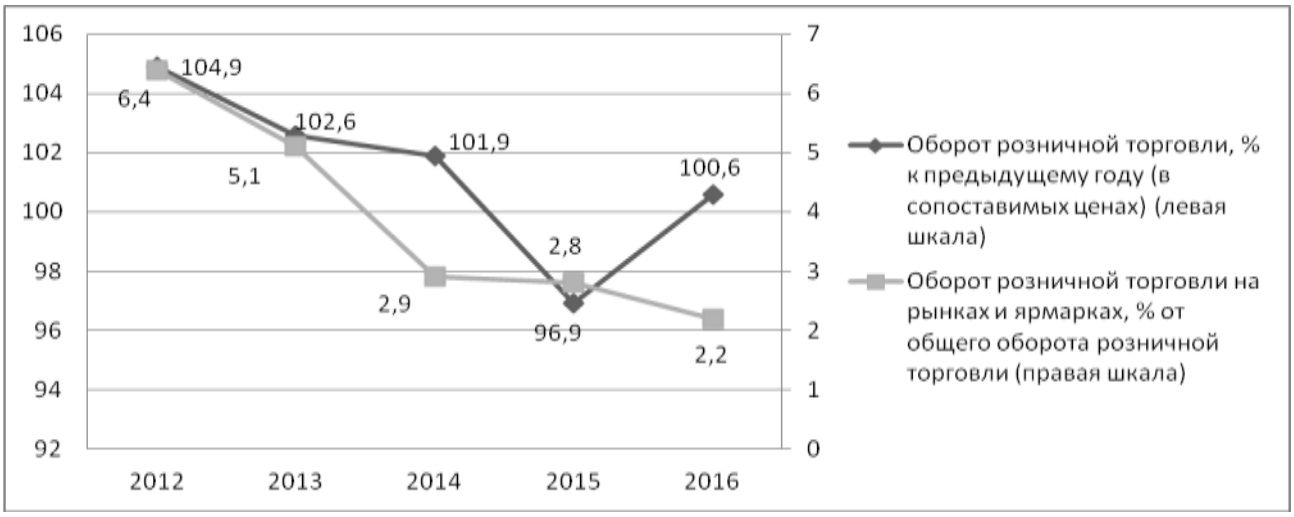

Рис. 3. Оборот розничной торговли, % к предыдущему году (в сопоставимых ценах), в 2012-2016 гг. (на основании [9])

Из рис. 3 видно, что темпы роста оборота розничной торговли в 2012-2014 гг. замедляются, в 2015 году оборот значительно сокращается. В 2016 году зафиксировано незначительное восстановление (+0,6%).

Удельный вес розничной торговли на рынках и ярмарках, где традиционно широко представлены местные товаропроизводители в 2012-2016 гг. стабильно сокращался. Таким образом, результаты анализа показали невысокую эффективность проводимых мероприятий по импортозамещению продовольствия. Сложившаяся ситуация обусловливает необходимость активизации мероприятий, направленных на развитие территорий, повышение финан-

совой и методической поддержки сельскохозяйственных проектов, продолжение работы по продвижению продукции местных товаропроизводителей в стационарные торговые объекты региона.

Список литературы

1.Распоряжение администрации Костромской области от 30 января 2015 года №19-ра «Об утверждении плана мероприятий по импортозамещению на территории Костромской области на 2015 - 2017 годы».

2.Распоряжение администрации Костромской области от 18 мая 2016 года №90-ра «Об утверждении плана мероприятий по импортозамещению в Костромской области».

3.Инвестиционная и строительная деятельность в Костромской области: Стат. Сборник – Кострома: Тер. орган Федеральной службы гос. статистики по Костромской обл. (Костромастат), 2016. 109 с.

4.Экономическое положение городских округов и муниципальных районов Костромской области в 2016 году: Стат. бюл. – Кострома: Тер. орган Федеральной службы гос. статистики по Костромской обл. (Костромастат), 2017. 72 с.

5.Экономическое положение городских округов и муниципальных районов Костромской области в 2015 году: Стат. бюл. – Кострома: Тер. орган Федеральной службы гос. статистики по Костромской обл. (Костромастат), 2016. 72 с.

6.Экономическое положение городских округов и муниципальных районов Костромской области в 2014 году: Стат. бюл. – Кострома: Тер. орган Федеральной службы гос. статистики по Костромской обл. (Костромастат), 2015. 72 с.

7.Экономическое положение городских округов и муниципальных районов Костромской области в 2013 году: Стат. бюл. – Кострома: Тер. орган Федеральной службы гос. статистики по Костромской обл. (Костромастат), 2014. 71 с.

8.Экономическое положение городских округов и муниципальных районов Костромской области в 2012 году: Стат. бюл. – Кострома: Тер. орган Федеральной службы гос. статистики по Костромской обл. (Костромастат), 2013. 71 с.

9.Торговля в Костромской области: Статистический сборник – Кострома: Тер. орган Федеральной службы государственной статистики по Костромской обл. (Костромастат), 2016. 183 с.

УДК 658.3.01

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА
ORGANIZATIONAL AND ADMINISTRATIVE INNOVATIONS AS PRODUCTION DEVELOPMENT FACTOR

Валентина Павловна Дудяшова
Valentina Pavlovna Dudyashova

Костромской государственный университет, Россия, Кострома
Kostroma state university, Russia, Kostroma
(e-mail: dvp1@kostroma.ru)

Аннотация: Рассмотрены содержание и классификация организационно-управленческих инноваций, приведены их примеры по группам и опыт использования в производстве.

Abstract: Maintenance and classification of organizational and administrative innovations are considered, their examples on groups and experience of use in production are given.

Ключевые слова: инновации, организация управления, тенденции развития управления.
Keywords: innovations, organization of management, tendency of development of management.

Актуальность проблемы повышения заинтересованности производства во внедрении инноваций не сходит с повестки дня последнего десятилетия. Особенно остро она встает в условиях реализации политики импортозамещения. Инновацией 21 века в западных странах становится экономика знаний: до 80–95% прироста валового внутреннего продукта приходится на долю новых знаний, воплощенных в технике и технологиях. В Российской действительности этот процент значительно ниже и составляет всего 5%. Данный факт отражает необходимость развиваться в указанном направлении [1].

Из теории инноваций известна их классификация [2,3]. К классификационным признакам отнесены: тип новшества, принцип отношения к своему предшественнику, эффективность, социальные последствия, особенности механизма своего осуществления, особенности инновационного процесса, источник инициативы, оригинальность характера изменений, степень сложности, отрасль хозяйства, радиус действия, социально-психологические условия внедрения, зависимость от технологических параметров, место на предприятии, глубина вносимых изменений, степень интенсивности, темп осуществления, результативность. Следует отметить, что большинство из них отражают либо естественные признаки инноваций, их качество, степень выраженности того или иного признака, либо в некоторой степени дублируют выделенные ранее основания.

Представляет интерес базовая классификация по типу новшества. В соответствии с этим признаком инновации делятся на материально-технические, социальные, экономические, **организационно-управленческие**, правовые и педагогические. В сфере производства наибольшее значение имеют первые четыре группы. Материально-технические связаны с внедрением новой техники и технологий, использованием новых видов сырья и материалов и требуют, как правило, значительных инвестиций. Социальные инновации – это новшества в области социальной сферы, а именно создание комфортных условий для жизни и творчества. Инновации экономического типа связаны с совершенствованием способов воздействия на производство с использованием системы экономических интересов и относятся в основном к компетенции макроуровня. Организационно-управленческие – новации в области менеджмента, поиска инновационных методов и технологий управления, ориентированных на максимальное раскрытие потенциала сотрудника при минимальных затратах ресурсов. Следует отметить, что этот тип инноваций является наименее затратным по финансовым ресурсам, что делает его приоритетным для производства.

С целью обоснования дальнейшей классификации организационно-управленческих инноваций представляет интерес рассмотрение понятий «организация» и «управление» в их взаимосвязи. В экономической литературе преимущественно исследуется организация в связи с управлением и выступает как социальный институт или одна из общих функций управленческого цикла (она обычно следует за функцией планирования или прогнозирования). Вместе с тем в немногочисленных исследованиях показана автономность организации от управления, которая может функционировать самостоятельно, на принципах самоорганизации как в неживой, живой природе, так и в обществе, в то же время управление не может существовать без организации как объекта целенаправленного воздействия. Автор согласен с мнением А.В. Райченко, который утверждает: «…взаимосвязь организации и управления представляет собой последовательное, тесное и многогранное пересечение постоянно развивающегося состава и модернизирующегося содержания их конкретных проявлений в процессе функционирования и развития современного мира. В таком пресечении и взаимодействии раскрывается организационная природа формирования и развития мироздания, **первичность**

организации как процесса и системы, **производность** и интегрированность **управления** как важнейших видов целенаправленной человеческой деятельности» [4].

На практике организация в управлении находит выражение в разработке и применении таких инструментов как методы, технологии, методики, алгоритмы и процедуры. Проявление организации в управлении, как правило, реализуется в виде следующих процедур: 1) организации системы целеполагания в ходе разработки и построения дерева цели субъекта и объекта управления; 2) распределения функционального выполнения содержания управления между элементами и подразделениями организационной структуры; 3) организации построения и реализации процесса управления путем последовательного объединения действий, операций, стадий, этапов и т.д.; 4) выработки и применения процедуры организации функционального взаимодействия в ходе разработки и осуществления управленческого воздействия [4]. Возможны другие конструктивно-интеграционные проявления организации в реальных процессах и системах управления. Они определяются концептуальными подходами к организации системы управления и составляют, по мнению автора, основу классификации организационно-управленческих инноваций.

На основе анализа экономической литературы автором выделены следующие типы организационно-управленческих инноваций: структурно-функциональные, поведенческие, информационно-технические, информационно-управленческие, структурно-процессные, когнитивно-управленческие, системно-интегрированные.

Анализируемые подходы к организации системы управления коррелируют с различными теориями управления и отражают их эволюцию. Так, структурно-функциональный подход к организации системы управления предприятием основан на школе научного управления и классической (административной) школе, поведенческий – на школе человеческих отношений, информационно-технический и информационно-управленческий – на количественной школе, структурно-процессный – на процессном подходе к управлению, когнитивно-управленческий – на концепции управления знаниями, а системно-интегрированный – на системном подходе. Отдельные вопросы организации системы управления исследуются самостоятельными науками. Так, информационно-технический аспект – в информатике, поведенческий – в социальной психологии.

Суть структурно-функционального подхода к организации системы управления предприятием состоит в изучении системы управления как совокупности организационных единиц, объединенных связями посредством основных функций управления.

Поведенческий подход к организации управления рассматривают социологи и специалисты по теории организации. Последние исследуют сущность, формы, различные классификации, ролевые характеристики по отдельным аспектам проблемы – организационная культура, мотивация персонала, межгрупповое поведение, формирование психологического климата и доверия в организациях.

Информационно-технический подход к проблеме организации управления рассматривает вопросы разработки и управления базами данных в компьютерных информационных системах. Представляет интерес развитие управления базами данных от иерархических систем к сетевым и объектно-ориентированным, предложены варианты методологии проектирования интегрированного предприятия с использованием компьютерных технологий. Рассмотрен информационный бизнес и его технологии, Internet и Intranet как яркое проявление основных тенденций развития информационных технологий.

Информационно-управленческий подход изучает организацию информационного пространства на основе потокового подхода к организации управленческих отношений и определяет управленческую среду как организационное пространство, в котором осуществляются все управленческие процедуры.

Структурно-процессный подход к проблеме организации управления является весьма новым и представлен в экономической литературе еще недостаточно широко. В рамках этого

подхода предложен метод совершенствования механизма управления интегрированным предприятием на основе информационной поддержки управления бизнес-процессами.

Когнитивно-управленческий подход является еще более новым и рассматривает механизмы управления персоналом в условиях экономики знаний.

Все представители системно-интегрированного подхода к организации управления рассматривают проблему в триединстве организационной структуры управления, процесса подготовки управленческих решений и поэлементного развития компонентов процесса управления. В их работах предложены способы проведения организационной диагностики и методики проектирования, реализующие структурно-функциональный, информационно-управленческий взгляд и взгляд на развитие управленческого персонала. В исследованиях последних лет они дополнены инструментарием анализа и проектирования поведенческих аспектов управленческого персонала, что отражает тенденцию развития теории управления.

В табл. 1 приведены примеры организационно-управленческих инноваций по предложенным классификационным группам, которые отражают современные тенденции управления.

Автором выполнены методические разработки по всем типам инноваций, представленных в табл. 1, кроме информационно-технических [5,6].

Таблица 1. Примеры организационно-управленческих инноваций

Типы инноваций	Примеры инноваций
Структурно-функциональные	Матричные структуры
Поведенческие	Организационная культура, поощряющая культ знаний; материальное стимулирование (премирование) управленческого персонала за пополнение базы знаний предприятия; материальное стимулирование (премирование, бестарифная система оплаты труда) управленческого персонала в условиях работы процессных команд
Информационно-технические	Управление сетевыми и объектно-ориентированными базами данных предприятия; механизм формирования баз знаний предприятия
Информационно-управленческие	Методика информационной аттестации рабочего места управленческого персонала; механизм формирования системы бизнес-процессов предприятия
Структурно-процессные	Сетевые структуры на основе динамичных рабочих команд; сотово-сетевые структуры; механизм формирования процессных команд
Когнитивно-управленческие	Механизм формирования и развития формы самообучающейся организации
Системно-интегрированные	Механизм формирования и развития формы «живой организации»; многомерные организации

Об эффективности предложенных инноваций можно судить по следующим результатам их апробации. Апробация комплексов методик по формированию и развитию формы самообучающейся организации и формы «живой организации» была проведена на предприятии швейной промышленности Костромской области. Проведенная работа по развитию способности командообразования персонала привела к распространению знаний и обмену ими. Эффективность приращения знаний показала увеличение на 13,16%. Прогнозное значение роста прибыли составило 25,3%, роста рыночной стоимости предприятия – 0,47%.

Список литературы

1. *Мартынюк Е.А.* Прикладные проблемы формирования инновационной экономики России. / Межвузовский сборник научных трудов. Проблемы предпринимательства в эконо-

мике России. Вып. 8. М., 2005. С.52.

2.*Морозов Ю.П.* Инновационный менеджмент: учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 446 с.

3.*Фатхутдинов Р.А.* Инновационный менеджмент: учебник, 4-е изд. СПб.: Питер, 2003. 400 с.

4. *Райченко А.В.* Прикладная организация (Формирование направления): монография. М.: ГУУ, 2002. 92 с.

5. *Дудяшова В.П., Смирнова Е.В., Кипень Н.А.* Формы самообучающейся организации: динамика развития на промышленном предприятии: монография. Кострома: Изд-во КГТУ, 2015. 256 с.

6. *Дудяшова В.П., Кипень Н.А., Денисова А.В.* Формирование и развитие самообучающейся организации на промышленном предприятии: монография. Кострома: Изд-во КГТУ, 2008. 252 с.

УДК 339.009

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО БИЗНЕСА АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF SMALL INDUSTRIAL BUSINESS OF AZERBAIJAN

Хадиджа Физули кызы Мамедова, Физули Азиз оглы Мамедов
Hadidja Fizuli Mamedova, Fizuli Aziz Mamedov

Азербайджанский Технологический Университет, Азербайджан, г. Гянджа
The Azerbaijan Technological University
(e-mail: fizuli.ekonomist@gmail.com)

Аннотация: В ближайшем будущем Азербайджану будет сложно полностью преодолеть несоответствие между уровнем экономического развития и материального благосостояния общества, с одной стороны, и уровнем его социально- культурного развития- с другой. Это несоответствие носит объективный характер, поскольку оно возникло не из-за отклонения социальной сферы от нормальной (закономерной) траектории развития, а из-за нефтяного бума начала XXI века. В ближайшие годы выяснится, какое из этих двух составляющих общественного развития (экономика или культура) будет доминировать, иначе говоря, сможет ли рост экономического благосостояния дать дополнительный импульс социальному развитию, или наоборот, отставание социальной сферы будет сдерживать экономический рост.

Abstract: In the near future Azerbaijan will be difficult to overcome the mismatch between the level of economic development and material well-being of society, on the one hand, and the level of socio - cultural development on the other. This discrepancy is objective, because it did not arise due to the rejection of the social sphere from the normal (natural) trajectories of development, but because of the oil boom of the early twenty-first century. In the coming years it will become clear which of these two components of social development (economy or culture) will dominate, in other words, can the growth of economic welfare to give further impetus to social development, or lagging social sector will stifle economic growth.

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество продукции, бизнес, производство, проблемы.

Keywords: Competitiveness, product quality, business, manufacturing, problems.

Главная задача правительства будет состоять в правильном ранжировании приоритетов и в научно обоснованном распределении государственных финансовых, административных и информационных ресурсов между экономическим и социально – культурным развитием. Решение этой проблемы требует, прежде всего, разработки и применения комплексной многокритериальной системы анализа и сравнительной оценки инвестиционных проектов, которая должна быть формализована в виде официально утвержденного правительством документа. Эта идея уже многие годы входит в повестку первоочередных реформ в Азербайджане. В 2003-2005 годах она активно обсуждалась экспертами Европейского Союза и Министерства экономического развития Азербайджана (с 2013 года – Министерство экономики и промышленности). Несмотря на определенный прогресс, достигнутый за последние годы, применяющаяся в стране система оценки инвестиционных проектов нуждается в дальнейшем совершенствовании. В своих докладах МВФ неоднократно отмечал, что в Азербайджане существует реальная потребность в совершенствовании процедур оценки и выбора государственных инвестиционных проектов, и что официальные лица правительства тоже признают эту необходимость. В страновом докладе за 2014 год МВФ рекомендует правительству Азербайджана отказаться от низкорентабельных инвестиционных проектов.

Помимо прямого участия в социальном развитии путем инвестирования государственных средств, которое правительство Азербайджана объявило одним из своих основных приоритетов, большое значение будут иметь меры по косвенному стимулированию развития социальной сферы. К первоочередным задачам в этой области относится ускорение реформ в здравоохранении и образовании с целью максимально полного и эффективного использования потенциала частной инициативы.

Одним из основных направлений реализации комплексной программы производства товаров народного потребления является расширение выпуска новых товаров. Разработка и внедрение на рынок республики и страны 35-40% производимых в республике товаров требует углубленного изучения современных потребностей человека, структурных изменений в уровне и в образе жизни населения, организации инфраструктуры спроса и потребления, рекламной деятельности.

Сохранение деструктивных тенденций в народном хозяйстве ведет к экономической изоляции Азербайджанской Республики в сфере международной торговли. Перспектива выхода на мировой рынок при существующем балансе спроса и предложения требует затрат времени на существенное повышение качества и снижение себестоимости азербайджанских товаров. Задача Азербайджанской Республики состоит в том, чтобы не упустить шанс создания процветающего государства.

Темпы снижения производства в Азербайджане обусловлены продолжающейся эксплуатацией заведомо нерентабельных заводов - гигантов. Банкротство большинства из них предопределено их низкой мобильностью и огромными накладными расходами при производстве морально устаревшей продукции. Преодоление указанного недостатка возможно только при широком внедрении в народное хозяйство малых производственных структур. Снижение себестоимости продукции малых предприятий осуществляется за счет минимизации затрат при изменении ассортимента и значительного сокращения (до 25-50%) накладных расходов. Общеизвестно, что в организационном плане создание малого производства стоит дешевле и осуществляется быстрее, чем переориентация крупного завода или фабрики. Не случайно, что например, в Германии 85% всех промышленных предприятий составляют малые фирмы[1]. Существование предприятий, прекративших свою производственную деятельность, наносит ущерб благосостоянию нации. Создание материальной базы малых производств путем передачи основных фондов убыточных заводов лежит в основе процесса структурной перестройки экономики Азербайджанской Республики. Наличие материальной базы малых предприятий позволит отечественным бизнесменам резко увеличить число рабочих мест и уменьшить остроту проблемы безработицы и платежеспособности населения.

Ведущее положение в структуре народного хозяйства республики займут малые предприятия следующих типов. Во-первых, предприятия – сателлиты, ориентированные в основном на обслуживание крупных заводов и фабрик, при которых они были созданы. Во- вторых, более независимые предприятия, обеспечивающие комплектующими деталями и узами целую группу предприятий одного региона. В третьих, малые предприятия, выполняющие полный производственный цикл и самостоятельно реализующие свою продукцию на внутреннем или на внешнем рынке. Низкие темпы развития малого производственного бизнеса обусловлены внешними и внутренними факторами. К важнейшим внешним факторам относятся: отсутствие со стороны властных структур системы конкурентных мероприятий по выходу из кризисной ситуации и государственного протекционизма отечественных производителей, жесткий налоговый прессинг и правовая неопределенность малого производства. Внутренние факторы являются в основном следствием внешних и заключаются в менталитете предпринимателей, которые все чаще направляют свою деятельность в русло «теневой» торговли, а также в отсутствии квалифицированных менеджеров, способных разобраться в технологии, в вопросах управления, в финансировании, в маркетинге.

В современных условиях создание и ориентация малых предприятий должно опираться на подтвержденный спрос, и лишь, в крайнем случае, на рисковую оценку рынка самим предпринимателем. Даже с учетом того, что начинающий капиталист не имеет права отказаться от выполнения любых заказов, тем не менее, он должен при заключении договоров и контрактов убедиться в благонадежности и платежеспособности заказчика. Лучшим способом и гарантией обоюдного риска является предоплата или депонирование в надёжных банках заранее договоренных сумм. Взаимные гарантии обеспечиваются путем страхования договоров, однако это увеличивает стоимость заказа.

Катастрофическая ошибка большинства предпринимателей-производственников заключается в приобретении дешевой материальной базы предприятия, которое может производить узкий ассортимент гипотетической продукции. Отсутствие подтвержденного спроса на этот товар неизбежно приводит предприятие к банкротству. Кроме того предприниматель должен оценивать возможность следующего использования материальной базы. Наиболее радикальным способом решения этой задачи является полная ликвидность основных фондов после выполнения контракта. Рациональным следует считать временную аренду необходимого оборудования или размещение заказов на комплектующие на других предприятиях. Лизинг основных фондов может быть рекомендован предпринимателям лишь в случае долговременных контрактов или тщательного анализа и прогнозирования рынка.

В современных политико-правовых и экономических условиях реальна только программа развития малого производства. Государственный протекционизм малого бизнеса будет заключаться в контроле за соблюдением указанных законов всеми субъектами хозяйствования и властными структурами. Приведенный выше анализ выявил насущную потребность в грамотных предпринимателях - менеджерах промышленного производства. При возможном решении проблемы «наибольшего благоприятствования» со стороны правительства по отношению к производственному бизнесу усилится заинтересованность активной части населения в этой профессии. Необходимо организовать полноценную и всестороннюю подготовку специалистов этого профиля по всему комплексу задач, рассмотренных в данной статье. Первый шагом в этом направлении будет разработка учебного плана ускоренной переподготовки работников с высшим образованием. Очевидно, что осуществление предлагаемых мероприятий подразумевает ответственный подбор преподавательских кадров, способных квалифицированно проводить процесс подготовки предпринимателей – менеджеров.

Большинство целевых показателей социально-экономического развития Азербайджана на долгосрочную перспективу определено на базе данных 2008-2013 годов. Нередко использование данных за более длительный период (скажем,2000-2013), а начало притока нефтяных доходов в 2005-2007 годах искажает общую картину. Данные, необходимые для опреде-

ления всех целевых показателей, либо существуют, либо сравнительно нетрудно могут быть исчислены. Единственным исключением является численность (удельный вес) среднего класса. Ввиду чрезвычайной важности этого показателя как для стабильности общества и государства, так и непрерывности экономического развития, этот вопрос необходимо рассмотреть более подробно.

Общепризнано, что к среднему классу относится та часть населения, которая занимает промежуточную нишу между богатыми и бедными. Однако количественно оценить численность населения, находящегося в этом «коридоре», довольно сложно. Методики, используемые для количественной оценки удельного веса среднего класса, основаны или на объективных показателях, или социологических опросах. Второй метод (определение размеров среднего класса на основе самоидентификации, субъективного восприятия людей, т.е. выявления путем опроса того, к какому именно сословию относит себя человек) вряд ли приемлем для Азербайджана по принципам, уже рассмотренным выше. Что же касается статистических показателей, все они связаны с уровнем благосостояния, измеряемым доходами, либо потреблением. Поскольку уровень благосостояния в отдельных странах существенно отличается, то критерии отнесения тех иных групп населения к среднему классу, естественно, также различаются.

Ни одна из предлагаемых методик расчета удельного веса среднего класса в Азербайджане не свободна от недостатков. В частности, они не позволяют четко определить верхнюю границу интервала доходов (потребления), в переделах которого людей следует относить к среднему классу. Поэтому необходимы дополнительные уточнения, которые были проведены с учетом относительно невысокого в Азербайджане уровня индекса Джини. Однако в совокупности эти методики позволяют определить примерные количественные параметры среднего класса в стране.

Список литературы

1. Landwehr M.u.a. CAD/CAM – inteqretion inder Eiuzelteilund Kleinserienherstelling //ZWF 84№9.-9.491-494

УДК 338.242.4; 332.146.2

ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА КАК ТРЕНД ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЪНКТУРЫ
DRIVERS OF THE DEVELOPMENT OF THE REGION AS A TRENDS OF FORMATION SUSTAINABLE SOCIAL AND ECONOMIC CONCEPT

Татьяна Александровна Лачинина, Михаил Юрьевич Казаков, Максим Сергеевич Чистяков
Tatyana Aleksandrovna Lachinina, Mikhail Yurievich Kazakov, Maxim Sergeevich Chistyakov

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Владимирский филиал, г. Владимир
Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation, Vladimir Branch, Vladimir
(e-mail: t_lachinina@mail.ru; mbydorelg@gmail.ru; shreyamax@mail.ru)

Аннотация. Данная статья посвящена актуализации реиндустриализации промышленного потенциала регионов, выраженной в различных формах т.н. полюсов роста. Рассматриваются различные подходы к активации драйверов социально-экономического развития. Установлено, что кластерные структуры являются необходимым элементом соблюдения интересов территориального и отраслевого развития.

Abstract. This article is devoted to the actualization of the re-industrialization of the industrial potential of the regions, expressed in various forms of so-called. Poles of growth. Various approaches to activation of drivers of social and economic development are considered. It is established that cluster structures are an indispensable element of observing the interests of territorial and sectoral development.

Ключевые слова: реиндустриализация, импортозамещение, кластеры, территориально-промышленные комплексы, национальная инновационная система, полюс роста, драйвер.

Keywords: reindustrialization, import substitution, clusters, territorial-industrial complexes, national innovation system, growth pole, driver.

Современная действительность турбулентной внешней среды обострила проблематику устойчивого социально-экономического развития, повышения уровня и качества жизни населения РФ, выявила необходимость структурных изменений в экономике, дальнейшей реализации концепции импортозамещения в условиях санкционного давления.

Одним из концептуальных подходов в современном направлении региональной политики является *теория полюсов роста.* Изначально данная концепция разрабатывалась для отраслевой структуры экономики, в которой подразумевалось, что отрасли-локомотивы обладают способностью иррадиации своего потенциала на отстающие (депрессивные) субъекты хозяйствования, т.е. функционируют не изолированно (автономно), а формируют импульс для развития всей территории. Данная особенность т.н. *территориальных драйверов развития (полюсов роста)* способствует развитию депрессивных регионов через вовлечение их в инновационные процессы технологического эволюционирования, тем самым формирует тесные экономические связи прочного территориального единения между ведущими локомотивами развития и элементами народного хозяйства, формируя тем самым *региональные точки роста* на фоне территориально-пространственной поляризованности государства.

Субъекты РФ в целях достижения социальной устойчивости и экономического благополучия должны опираться на основополагающие факторы, идущие в форваторе стратегического планирования развития данных территорий. К таковым следует отнести:

1) Мировые тенденции современного территориального развития, т.н. актуальные тренды современных высокотехнологичных производственных комплексов в сочетании со спецификой отраслевой экономики;

2) Ориентация на внутренние резервы и потенциал, ресурсную составляющую в территориальном развитии, а также на исторически сложившуюся структуру региональной экономики и ее преимущества;

3) Необходимо в стратегии развития региона принимать во внимание существующие ограничения, в т.ч. сгенерированные посредством процесса глобализации, ведущие к обострению конкуренции. В связи с этим возрастает значимость конкурентосостоятельности территории, в т.ч. в социально-экономической системе координат и ценностей, в первую очередь на субфедеральном уровне.

В связи со значительной долей отсталых и депрессивных территорий в региональной структуре РФ именно субфедеральному уровню социально-экономического взаимодействия, по нашему мнению, необходимо обратить пристальное внимание с целью предотвращения критической поляризации территориально-пространственного развития, поскольку она представляет угрозу основным принципам федерализма и национальной безопасности. Существенное различие в уровне развития российских регионов является объективной рыночной реальностью. По мнению ряда экспертов, «подобного рода ситуация является значительным просчетом сложившейся системы управления региональным развитием, так как она не создает условий для скорейшего развития России и всех ее регионов» [1].

Полюса роста, которые, по сути, являются драйверами развития, находят свое проявления в следующих формах объективной экономической реальности:

- свободные (особые) экономические зоны (СЭЗ); территории опережающего развития (ТОР); зоны освоения высоких технологий;

- территориально-производственные комплексы (ТПК), кластеры, технопарки;

Как показывает мировой опыт, СЭЗ являются драйвером формирования и развития внешнеэкономической деятельности посредством привлечения и задействования инвестиционных ресурсов в регион.

По мнению кандидата экономических наук, старшего научного сотрудника отдела экономической политики и хозяйственной деятельности в Арктике и районах Крайнего Севера А.Б. Николаевой и кандидата экономических наук, ученого секретаря Института экономических проблем им. Г.П. Лузина КНЦ РАН Е.П. Башмаковой «особая экономическая зона, как экономическая система с особым режимом предпринимательской деятельности…, включает в себя многие элементы кластерной политики. По своему характеру выбор расположения ОЭЗ определяется конкурентными преимуществами регионов, на территории которых они создаются, и в данном аспекте этот инструмент отражает принципы проводимой государственной инвестиционной политики» [2].

Свободные экономические зоны классифицируют на следующие группы:

- торговые (торгово-производственные, бондовые склады, свободные таможенные, свободные порты);

- промышленно-производственные (экспортно-производственные, импортозамещающие, экспорто-импортозамещающие, научно-промышленные парки, промышленные парки);

- технико-внедренческие с концентрацией исследовательских фирм, которым предоставляется единая система налоговых льгот (инновационные центры, технопарки, технополисы);

- сервисные зоны (туристические услуги, банковские и страховые услуги);

- комплексные (особые экономические зоны, зоны свободного предпринимательства, территории особого режима, специальные экономические зоны [3,39].

Особыми образованиями, свойственными для России, являются *промышленные узлы (территориально-промышленные комплексы).* Необходимо заметить, что современная пространственно-производственная действительность РФ образовалась благодаря практическому воплощению теоретических наработок и технико-технологических заделов различных конфигураций ТПК. Претворение в жизнь наработанного теоретического опыта в реализуемой на практике модификации ТПК, а также задействование зарекомендовавшего себя зарубежного опыта поспособствует повышению конкурентоспособности российских регионов через оформление актуальной кластерной политики, станет своего рода трендом в развитии экономической реальности высоких технологий и инноваций, воплощением государственной стратегии экспортоориентированнного импортозамещения.

Движущим фактором реиндустриального развития промышленного потенциала и следования концепции иппортозамещения является *национальная инновационная система (НИС),* которая, при успешно реализуемой политике высокотехнологичного модернизационного развития и дальнейшем ее следовании способна обеспечить непрерывные и последовательные позитивные изменения в экономике страны.

Трансформационные изменения российской экономики от экспортно-сырьевой направленности к инновационно-технологическому тренду подразумевает направляющую роль знаний и наукоемких отраслей промышленности, возрастание инновационной активности и заинтересованности корпораций и монополий, при этом знаменательным является возможность организации новых форматов бизнес-инициатив, характерных для постиндустриальной экономики, в т.ч. на региональном уровне.

Возрастание роли регионов в развитии экономики государства говорит о необходимости формирования *региональных инновационных систем (РИС).* Региональная инновационная система является системообразующей в региональной инновационной системе и включает структуру участников инновационных процессов в их взаимодействии, формы организации прямых и обратных связей между ними, отражая региональные особенности организации инновационных процессов: традиции, опыт, масштабы экономики и др. Одно из наиболее полных определений РИС дано ЦИСН Минпромнауки РФ и РАН: РИС – это комплекс учреждений и организаций различных форм собственности, на территории региона и осуществляющих создание и распространение новых технологий, а также организационно-правовые условия их хозяйствования, определенные совокупным влиянием государственной научной и инновационной политики, региональной политики, проводимой на федеральном уровне, и социально-экономической политики региона [4,159].

Другая направленность полюсов роста, являющаяся частью национальной инновационной системы, представлена *кластерными образованиями,* представляющими собой наиболее прогрессивные и эффективные организационные элементы хозяйственной деятельности, позволяющими сфокусировать в определенном локусе предприятия и организации различной направленности высококвалифицированных специалистов, инфраструктуру и коммуникации. Сформированная кластерная конфигурация позволяет повысить конкурентоспособность региона, отдельно взятых отраслей экономики через генерацию точек роста. Кроме того, кластеры создают условия для образования и деятельности высокотехнологичных предприятий, открытых для имплементации частной инициативы, в т.ч. в научно-исследовательской и конструкторской деятельности. Предприятия, созданные в таких условиях, отвечают современным критериям международного разделения труда. При успешной реализации данной стратегии они способны эффективно участвовать в нивелировании социально-экономических затруднений в регионе.

История создания первых кластеров и технопарков свидетельствует о естественном процессе формирования инновационного конкурентоспособного пространства, что с точки зрения государственной политики рассматривается как стратегический механизм локального приложения, главным назначением которого является изначально создание территориально-очерченных *«точек роста»* на уровне региона. В данном случае вышеуказанный процесс подразумевает не только локализацию по географически приоритетным критериям сосредоточения производств, но и выявление наиболее перспективных и потенциальных векторов развития и «создание организованностей, преобразующих социокультурное пространство территорий – региона или страны» [5].

Одним из эффективных проявлений реализуемой кластерной политики является *импортозамещающий кластер,* ориентированный на выпуск импортозамещающей конкурентоспособной продукции и востребованных услуг с тенденцией выхода на внешние рынки.

Формирование импортозамещающего кластера позволяет сфокусировать воедино разносторонние элементы регионального экономического пространства посредством центростремительной концентрации предприятий, сторонних поставщиков в цепочке выпуска продукции, научно-образовательных учреждений в границах определенной ограниченной территории с целью внедрения и развития инноваций и высоких технологий.

Важной чертой формирования точек роста на основе импортозамещающих кластеров является продуктивное воздействие кластеризации на субъекты кластера, которое выше по сравнению с влиянием на всю пространственно-территориальную организацию региона. Так называемое драйверное влияние кластерного образования осуществляется в направлении повышения конкурентоспособности и рентабельности предприятий за счет вытеснения с рынка производств с устаревшим оборудованием и технологиями, не отвечающими велению времени, экологическим стандартам, что позитивно влияет на экологическую обстановку и состояние здоровья населения в регионе.

Важной обобщающей чертой кластерных образований (КО) и территориально-производственных комплексов (ТПК) являются обстоятельства формирования данных форм территориальных организаций в специфических экономических реалиях.

Положительным трендом в становлении инноваций и высоких технологий является привлечение частной инициативы, заинтересованности бизнес-сообщества в генерировании современных активаторов развития. Данное направление оправдано в силу недопустимости задействования исключительно «властного ресурса» и указаний из федерального центра, которого целесообразно наделить регулирующей ролью в современной экономической конъюнктуре.

Одним из инструментов формирования позитивной инновационной атмосферы в регионе является *венчурные фонды*, деятельность которых направлена на целевое финансирование кластерных и иных образований региона через финансовые потоки коммерческих кредитных институтов. Обеспечение оборотными средствами целесообразно развивать также через кредитную кооперацию, задействовать финансовые структуры, деятельность которых направлена на работу с проблемными активами субъектов кластера. Не вызывает сомнений необходимость повышения доверия к финансовым институтам.

В систему инновационного высокотехнологичного развития необходимо встроить механизм *государственно-частного партнерства (ГЧП).* Данная экономическая адаптация возможна при формировании эффективной и адекватной системы оценки целесообразности выделения бюджетных средств на реализацию проектов кластерной направленности.

Формирование современной информационной системы, сконцентрированной на привлечение будущих инвесторов, является одной из стратегических задач регионального развития. Генеральной особенностью вышеуказанного инструмента должна стать ее *адресность,* направленность на мотивирование коммерческого интереса к проектам, что послужит их инвестиционной поддержкой без дополнительной нагрузки на бюджет.

Кроме этого, по нашему мнению, пакет стратегических мер регионального инвестиционного развития проектов с участием кластеров должен иметь следующее наполнение:

- адаптационное совершенствование нормативно-правового аспекта;

- страхование рисков зарубежных инвесторов с целью мотивационного привлечения их в регион;

- определенные преференции для инвесторов и компаний, являющиеся своего рода проводником для привлечения дополнительного инвестиционного ресурса;

- юридическое и иное консультационное сопровождение реализуемых проектных мероприятий, в т.ч. персонифицированно для каждого резидента проекта;

- создание благоприятного инвестиционного климата для финансово-кредитных и иных институтов.

Подводя итог краткому рассмотрению возможных аспектов инновационного развития в условиях необходимости осуществления импортозамещения хотелось бы отметить, что в РФ существуют все условия для перехода от доминирования сырьевого сектора к высокотехнологичному сектору производства товаров и услуг. Это актуализирует формирование промышленной политики на фундаменте особых требований, реализуемой как на федеральном уровне, так и на уровне региона в виде общей стратегии – реиндустриализации экономики.

Реиндустриализация должна найти свое выражение в дорожной карте становления современного высокотехнологичного конкурентоспособного промышленного потенциала, представляющего собой синергию достижений мировой технологической мысли и специфику индустриального потенциала регионов. Расширение спектра современных инновационных площадок позволит привлечь высококвалифицированные креативные кадры. Логика построения алгоритма развития инновационного производства подразумевает транспарент-

ность заключения сделок и выполнение договорных обязательств, неукоснительного исполнения налогового законодательства.

Таким образом, реиндустриализация на основе высоких технологий и инноваций откроет новые возможности в экономическом развитии регионов и страны в целом, станет серьезным фактором обеспечения национальной безопасности государства.

Список литературы

1. *Пермякова Е.С.* Полюса роста приграничных территорий – новая парадигма развития региональных экономик России и Казахстана // Вестник ИНЖЭКОНа. 2011. №5. С. 451-454.

2. *Николаева А.Б., Башмакова Е.П.* Влияние особых экономических зон на процесс кластеризации // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2009. Т. 3. №24. С. 169-173.

3. *Дронов С.Е.* Проблемы активации точек роста в регионах России // Социально-экономические явления и процессы. 2014. Т.9. №9. С. 37-41.

4. *Бодрунов С.Д.* Формирование стратегии реиндустриализации России / Монография/ Изд. 2-ое, перераб. и доп. В двух частях. Часть первая. – Спб.: ИНИР, 2015. – 551 с. – ISBN 978-5-00020-014-8.

5. *Дашимолонов Ч.В.* Формирование кластерных образований как фактор устойчивого развития экономики региона (на примере г. Санкт-Петербурга) // Вестник Бурятского государственного университета. 2013. №2. С. 89-92.

УДК 658.3

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИЙ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В РАМКАХ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КВАЛИФИКАЦИЙ
METHODOLOGICAL ASPECTS OF EVALUATION OF INVESTMENT IN HUMAN CAPITAL WITHIN THE FORMATION OF THE NATIONAL SYSTEM OF PROFESSIONAL QUALIFICATIONS

Наталия Александровна Зайцева
Nataliya Alexandrovna Zaitseva

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Россия, Москва
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
(e-mail: zaitseva-itig@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены подходы к определению видов инвестиций в человеческий капитал и прежде всего – инвестиций в образование и обучение персонала. Обоснована необходимость связи между целями обучения и обеспечением инновационности развития и конкурентоспособности предприятия, с одной стороны, и обеспечения соответствия персонала требованиям национальной системы профессиональных квалификаций. Также представлена авторская модель взаимосвязи целей и объектов инвестирования в человеческий капитал предприятия.

Abstract: The article considers approaches to definition of the types of investments in human capital, particularly investment in education and training. The necessity of the connection between learning objectives and the provision of innovation development and competitiveness of enterprises on the one hand, and compliance of personnel to the requirements of the national system of profes-

sional qualifications. Presents the author's model of the relationship between objectives and objects of investment in human capital of the enterprise.

Ключевые слова: человеческий капитал, инвестиции, национальная система профессиональных квалификаций, профессиональный стандарт.

Keywords: human capital, investment, national vocational qualifications, professional standard.

В настоящее время большое внимание уделяется не только формированию человеческого капитала, но и оценке эффективности инвестиций в него. Одной из форм таких инвестиций являются финансовые вложения в образование сотрудников. По мнению В.И. Подобеда «Образование – это наиболее мощная «инвестиция в человеческий капитал», в развитие человека. Образование взрослых – это инвестиция, приносящая непосредственную отдачу как в долгосрочной, так и, что особенно важно, – краткосрочной перспективе – в виде роста производительности труда» [1].

Вместе с тем, важно определить какое именно образование сотрудников в наибольшей степени будет в долгосрочной перспективе способствовать реализации стратегии инновационного развития предприятия, и в конечном итоге – повышению его конкурентоспособности [2].

Именно поэтому Суворов Н.А. одним из важнейших направлений этой деятельности считает совершенствование системы образования в инновационной сфере, в том числе создание единого научного и учебно-методического механизма подготовки кадров для инновационной сферы, обеспечивающего непрерывное повышение квалификации специалистов и предпринимателей [3].

Переходя к методическим аспектам оценки эффективности инвестиций в человеческий капитал за счет вложения средств в обучение сотрудников, необходимо прежде всего вспомнить модель оценки эффективности, разработанная Дональдом Киркпатриком, около полувека лет назад (в 1949 г. была опубликована его первая статья, в которой излагалась данная концепция), предусматривающая несколько уровней оценки: реакция на обучение, обучение новым навыкам / получение новых знаний, применение в работе, бизнес-результаты.

Одним из основных показателей, используемых для оценки эффективности инвестиций в обучение персонала, является показатель ROI (return on investment, возвратность инвестиционных вложений), который рассчитывается путем сравнения финансовой выгоды от обучения персонала с затратами на это обучение. Показатель ROI может быть представлен как отношение выгоды к затратам в процентном отношении. По сути, ROI — это разница между полученной от программы прибылью (на выходе) и затратами (benefit-cost ratio, или BCR) (на входе). Сам коэффициент ROI выражает процентное соотношение прибыли от применения сотрудниками знаний и навыков, полученных в результате обучения, к сумме затрат предприятия на это обучение:

$$ROI = Прибыль / Затраты \times 100\ \%.$$

Методика ROI может быть использована и для подтверждения запланированного бюджета на обучение сотрудников, так и для оценки потенциально возможной прибыли от обучения сотрудников.

Кроме того, в современных условиях формирующейся национальной системы профессиональных квалификаций в возможной прибыли можно учитывать отсутствие дополнительных затрат в виде штрафов за нарушение Трудового кодекса РФ в соответствии со статьёй 5.27 Кодекса об административных правонарушениях от региональной трудовой комиссии, в случае если сотрудники предприятия не соответствуют требованиям профессиональных стандартов (при их наличии) или не имеют свидетельство о профессиональной квалификации. Пока эти требования носят добровольный характер, но в перспективе есть все основа-

ния полагать, что они станут обязательными, по крайней мере для отдельных видов профессиональной деятельности [4].

Изменения в Трудовой кодекс РФ внесены ФЗ № 122 от 2 мая 2015 года. С 01.07.2016 г. в статье 195.3. Трудовой кодекс РФ «Порядок применения профессиональных стандартов» указано, что «Если настоящим Кодексом, другими федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации установлены требования к квалификации, необходимой работнику для выполнения определенной трудовой функции, профессиональные стандарты в части указанных требований обязательны для применения работодателями. Так как любой профстандарт утверждается Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации и регистрируется в Минюсте России, то, следовательно, это означает, что профессиональный стандарт является нормативным правовым актом, утвержденном на уровне Российской Федерации.

Принимая решение об инвестировании в человеческий капитал предприятия, в том числе и с учетом требований профессиональных стандартов, важно определить три основных параметра инвестирования: цели инвестирования, объект инвестирования, бюджет инвестиций в человеческий капитал предприятия. На рис. 1 представлены примеры этих параметров.

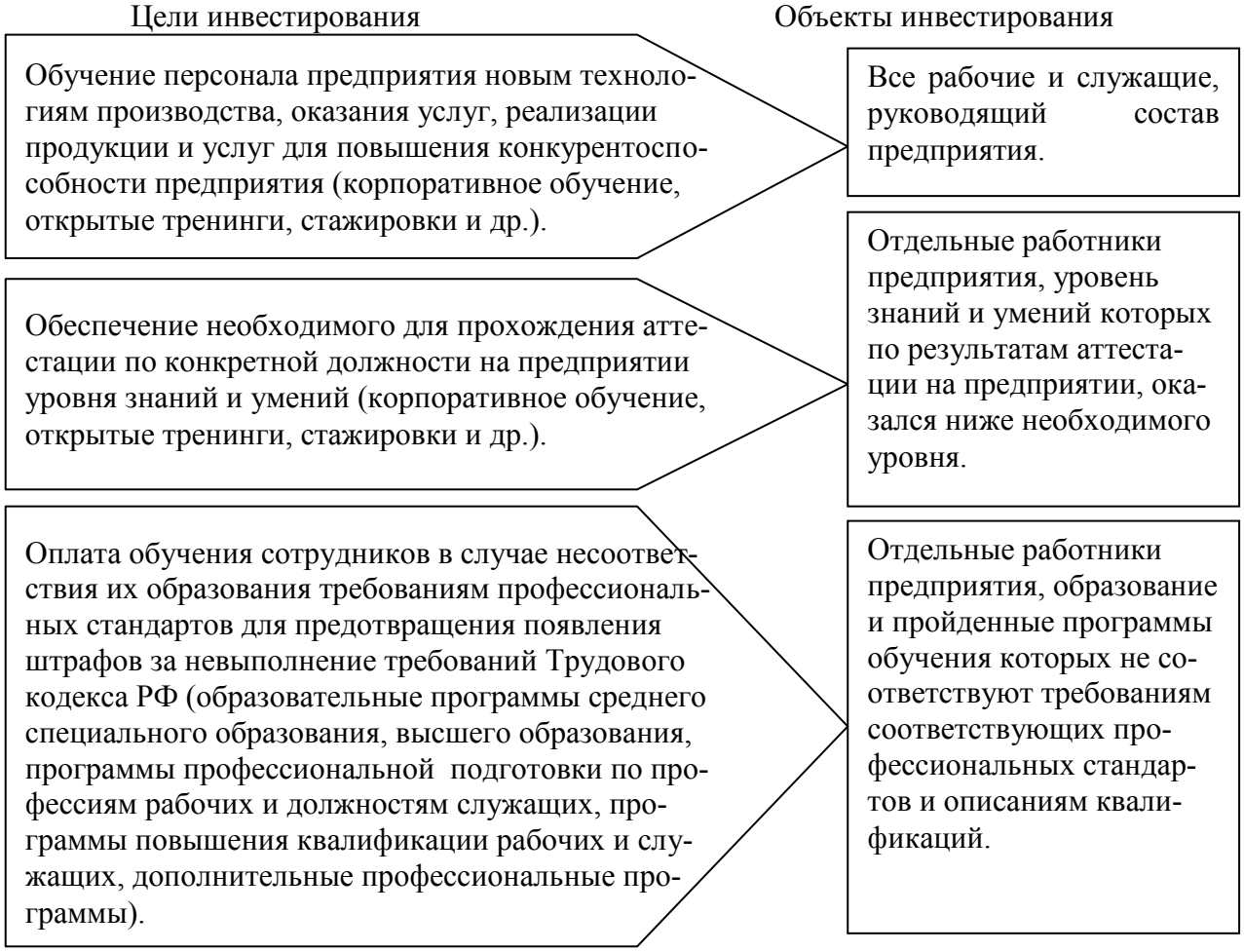

Рис. 1. Модель взаимосвязи целей и объектов инвестирования в человеческий капитал предприятия

Таким образом, основой обеспечения эффективности инвестиций в человеческий капитал в настоящее время становится правильное определение целей и объекта инвестирования. Исходя из этого решается вопрос о бюджете инвестиций в человеческий капитал предпри-

ятия. В каких-то случаях, например, для обеспечения необходимого для прохождения аттестации по конкретной должности на предприятии уровня знаний и умений, можно вовсе отказаться от инвестиций в обучение сотрудника и перевести его на другую должность, которой он соответствует в большей степени (если это возможно) и найти ему замену на рынке труда. Это решение также должно быть экономически обосновано, т.к. стоимость привлечения нового квалифицированного сотрудника может оказаться гораздо выше затрат в дообучение имеющегося сотрудника [5].

Вместе с тем, можно выделить общесистемные проблемы, препятствующие обеспечению эффективности инвестиций в человеческий капитал. Белкин В.Н. двенадцать лет назад выделял две такие основные проблемы: во-первых, российские фирмы имеют еще большие возможности повышать эффективность бизнеса за счет инвестиций в технику, технологию, использования производственных мощностей, а не за счет инвестиций в человеческий капитал. Во-вторых, сложившаяся система трудовых отношений и управления персоналом в российских организациях в большинстве своем являются преимущественно антиинициативными и наказательными.

Следует отметить, что на многих предприятиях ситуация не сильно поменялась за прошедшие годы, особенно в части отсутствия эффективного механизма стимулирования сотрудников к применению знаний и умений, полученных в процессе обучения.

Таким образом, рассматривая методические аспекты оценки инвестиций в человеческий капитал в рамках формирования национальной системы профессиональных квалификаций, следует отметить, что при расчете экономической эффективности инвестиций важно учитывать не только прямые, но и косвенные затраты (в примере с сотрудником, не прошедшим аттестацию, - это стоимость привлечения нового квалифицированного сотрудника), а при оценке прибыли от инвестиций в человеческий капитала, оценивать долгосрочный эффект (в том же примере при обучении существующего сотрудника - снижение текучести кадров, формирование корпоративной культуры, основанной на обучении и развитии сотрудников, формирование команды единомышленников).

Статья подготовлена в рамках гранта РЭУ им. Г.В. Плеханова «Разработка и апробация механизма оценки квалификаций сотрудников индустрии гостеприимства и выпускников вузов на основе применения профессиональных стандартов».

Список литературы

1. *Подобед В.И.* Образование взрослых – инвестиция в человеческий капитал // Человек и образование. 2008, №1, С. 3-4

2. *Malysheva T.V., Shinkevich A.I., Kharisova G.M., Nuretdinova Y.V., Khasyanov O.R., Nuretdinov I.G., Zaitseva N.A., Kudryavtseva S.S.* The sustainable development of competitive enterprises through the implementation of innovative development strategy // International Journal of Economics and Financial Issues, 2016, 6(1), P. 185-191.

3. *Суворов Н.А.* Инвестиции в человеческий капитал и инновационная экономика // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. 2007, № 113, С. 120-125

4. *Зайцева Н.А.* Актуальные вопросы разработки профессиональных стандартов в индустрии питания, гостеприимства и развлечений, и проведения их независимой профессионально-общественной экспертизы // Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма», № 3, 2014, С. 71-78

5. *Белкин В.Н.* Почему в России неэффективны инвестиции в человеческий капитал? // Журнал экономической теории. 2005, № 2, С. 136-141

УДК 332.1

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ РФВ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН
FEATURES OF INVESTMENT ATTRACTION SUBJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE CONDITIONS OF IMPORT SUBSTITUTION ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Людмила Ивановна Черникова*, Гузель Рефкадовна Фаизова,**
Lyudmila Ivanovna Chernikova *, GuzelReifkadovna Faizova **

** Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Россия, Москва*
Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia, Moscow
*(*e-mail: *tariff2004@mail.ru)*
*** Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия, Набережные Челны*
*** Kazan (Volga) Federal University, Russia,NaberezhnyeChelny*
(e-mail: guzel_faizova@mail.ru)

Аннотация: Сложная политическая и экономическая ситуация в мире, поставила новые задачи в вопросах формирования конкурентоспособного продукта, способного решить проблемы импортазамещения. Особое внимание уделяется аспектам инвестиционной привлекательности регионов России. Одним из субъектов РФ, сумевшим успешно создать благоприятный инвестиционный климат на своей территории является Республика Татарстан.

Abstract: The complex political and economic situation in the world posed new challenges in the formation of a competitive product that can solve the import substitution problems. Particular attention is paid to the aspects of investment attractiveness of Russian regions. One of the subjects of the Russian Federation, which managed to successfully create a favorable investment climate on its territory is the Republic of Tatarstan.

Ключевые слова: инвестиции, импортозамещение, регион, предпринимательство.
Keywords: investments, import substitution, region, entrepreneurship.

В условиях неблагоприятной экономической и инвестиционной ситуации в стране, введения санкций по отношению к нашей стране, на уровне регионов ставятся новые задачи. Возникновение кризиса в экономике России стало одним из основных факторов стимулирования развития регионов, то есть инновационного, производственного и технологического воспроизводства на их территории. Реализация инвестиционных проектов по производству конкурентоспособного продукта, способного выполнить функцию импортозамещения, сопровождается множеством проблем:

−невысокая производительность труда;

−нехватка квалифицированных специалистов определенных специальностей;

−высокая стоимость и непредсказуемость динамики тарифов на коммунальные услуги;

−устаревшие и изношенные транспортные, коммуникационные и энергосистемы;

−низкий уровень маркетинга, рекламы и узнаваемости региона и производимого продукта и т.д.

Создание на территории региона конкурентоспособного продукта на сегодняшний день требует решение целого комплекса задач:

−снижение административных барьеров для упрощения, ускорения и расширения возможностей бизнеса;

–развитие социальной инфраструктуры для повышения привлекательности рабочих мест на базе производства конкурентоспособного продукта;

–решение вопросов, связанных с транспортной инфраструктурой;

–повышение уровня квалификации рабочих кадров с целью повышения производительности труда и качественных характеристик, выпускаемых продуктов, низкий уровень владения иностранными языками;

–развитие путей государственной поддержки бизнеса;

–оптимизация бизнес-процесса эффективной реализации инвестиционных проектов и т.д.

Неравномерность развития регионов России и разная степень их инвестиционной привлекательности увеличивают разрывы в их социально-экономическом положении. Одним из ярких примеров создания благоприятного климата для инвестиционной деятельности на территории региона является Республика Татарстан, занимающая третье место по объёму инвестиций в основной капитал.Высокий уровень инвестиционной привлекательности региона и его динамичное развитие подтверждают рейтинги ведущих российских и зарубежных рейтинговых агентств.

Независимый опрос, проведенный PwC в России в 2011 году, уже свидетельствовал о растущей привлекательности для инвесторов данного региона:

–наличие развитых рынков сбыта, равноудаленность от нескольких городов-миллионников, большой потенциал роста потребления (более 80% инвесторов);

–поддержка крупных проектов со стороны правительства, относительно низкие административные барьеры (около 60% инвесторов);

–низкая заработная плата по региону (около 80% инвесторов);

–наличие удобных и технологически оснащенных площадок для ведения бизнеса: ОЭЗ «Алабуга», бизнес-инкубаторы (более 40% инвесторов);

–открытость властей в вопросах привлечения инвестиций, реальная, а не только заявленная готовность оперативно решать проблемы, выполнять обещания, реагировать на обратную связь. В качестве примера было приведено достаточно быстрое оформление разрешения на строительство (около 40% инвесторов).

На территории Республики функционирует Агентство инвестиционного развития Республики Татарстан, созданное 1 июня 2011 года.

Задачами Агентства в области инвестиционной политики являются [1]:

–продвижение Республики Татарстан на мировом уровне как инвестиционно-привлекательного региона Российской Федерации;

–привлечение инвестиций в республику, в том числе путем создания необходимой инвестиционной инфраструктуры;

–участие в разработке и сопровождении инвестиционных проектов, в том числе проектов с использованием механизма государственно-частного партнерства как успешного инструмента взаимодействия с инвесторами.

По данным Агентства по итогам 2016 года иностранные инвестиции в экономику Республики превысили 422 млн. долл. США. В числе наиболее крупных проектов, реализованных в прошедшем году, открытие завода минеральных удобрений «Аммоний», предприятия по производству холодильного оборудования китайской компании «Хайер», лабораторно-промышленного комплекса «Нанофарма Девелопмент», Казанского завода современной упаковки, запуск турецкофранцузского завода «ТракьяГласс Рус» по производству листового стекла, зеркал и стекла с покрытием и др. Правительством Республики ведется активная работа по поддержке предпринимательства. На сегодняшний день функционирует целый ряд программ для реализации данной задачи: лизинг-грант; программа поддержки Инноваций;

социальный бизнес. Ведется активная работа по созданию и расширению необходимой инфраструктуры для размещения компаний малого бизнеса: особая экономическая зона «Алабуга», технополис «Химград», индустриальный парк «КИП Мастер», индустриальный парк «Камские поляны».

Татарстан является активным участником событий международного уровня, под эгидой авторитетных международных организаций в Татарстане из года в год проводятся крупные мероприятия: ежегодная Казанская венчурная ярмарка; крупнейшая в России международная выставка «EURO-ASIA EXPO»; KazanSummit является одним из ведущих международных экономических событий Российской Федерации и стран – членов Организации исламского сотрудничества (ОИС); ежегодный Международный зимний форум «INVEST in TATARSTAN;Чемпионат мира по водным видам спорта 2015 года; XXVII Всемирная летняя универсиада 2013 года; международный оперный фестиваль имени Федора Ивановича Шаляпина; международный фестиваль классического балета имени Рудольфа Нуриева.

Одной из составляющих узнаваемости региона является активное развитие Республики в данном направлении. В частности, успешно функционирует специальный информационный ресурс – инвестиционный портал InvestTatarstan, доступный на 11 языках [2].

Таким образом, для создания благоприятных условий для ведения бизнеса на территории региона и развития отраслей легкой и тяжелой промышленности необходима разработка продуманной инвестиционной политики и формирование условий, способных привлечь инвесторов на территорию субъекта РФ. Успешная реализация проектов на территории региона способствует повышению социально-экономических показателей, предпринимательской активности и максимальному использованию экономических возможностей.

Список литературы

1. Официальный портал Агентства инвестиционного развития Республики Татарстан: http://tida.tatarstan.ru.

2. Инвестиционный портал Республики Татарстан: http://invest.tatar.ru.

3. Официальный портал Республики Татарстан: http://tatarstan.ru.

4. Официальный портал Министерства экономики Республики Татарстан: http://mert.tatarstan.ru

УДК 657.37

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ, КАК ИНСТРУМЕНТ УНИФИКАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ
NTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS AS A TOOL OF UNIFICATION OF NATIONAL SYSTEMS OF ACCOUNTING AND REPORTING

Галина Борисовна Полисюк
Galina Borisovna Polisyuk

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: lmk-puzzle@inbox.ru)

Аннотация: В современной экономике отчетность компаний становится одним из основных способов коммуникации с заинтересованными пользователями. В статье рассматривается проблема качества и содержания отчетности, ее информативности, способности отражать деятельность компании со всех сторон.

Abstract: In the modern economy reporting companies becomes one of the main ways of communication with interested users. In the article the problem of the quality and content of reporting, its content and ability to reflect the company's activities from all sides.

Ключевые слова: интегрированная отчетность, качество информации, капитал, национальные системы учета и отчетности, финансовая информация.

Keywords: integrated reporting, quality of information, capital, national accounting systems and reporting, financial information.

Интегрированная отчетность объединяет в себе финансовую и нефинансовую информацию, отражает возможности компании создавать и поддерживать свою стоимость в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе. Интегрированную отчетность также называют «отчетностью будущего».

Интегрированный отчет является эффективным способом раскрытия информации о бизнес-модели компании, так как представляет собой концентрированную информацию о том, как в контексте внешней среды стратегия компании, ее управление, деятельность и планы на будущее обеспечивают создание стоимости в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективах. Таким образом, интегрированная отчетность – это новая модель отчета, способствующая получению более полной картины деятельности отчитывающейся компании, возможных рисков и перспектив ее развития и логично увязывающая воедино финансовую и нефинансовую информацию.

Создание интегрированной отчетности задумано для целей расширения и консолидации существующих практических приемов отчетности, чтобы приблизиться к созданию структуры отчетности, которая отражает информацию, позволяющую оценить стоимость компании [1].

Интегрированная отчетность направлена на:

- повышение качества информации, в том числе ее доступности для поставщиков финансовых ресурсов для более эффективного их распределения;
- создание единого подхода к формированию корпоративной отчетности, в которой была бы представлена информация о наборе факторов, оказывающих влияние на деятельность компании и ее способность создавать стоимость в течение длительного времени;
- лучшее понимание видов капиталов - финансового, производственного, интеллектуального, человеческого, социально-репутационного и природного - и их взаимозависимости;
- развитие интегрированного мышления, способствующего принятию решений, направленных на создание стоимости в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периоде. Понятие интегрированного мышления является одним из ключевых при составлении интегрированной отчетности.

Интегрированное мышление учитывает следующие основные факторы, влияющие на способность компании создавать стоимость в течение длительного времени:

- все виды капиталов компании, включая их эффективное распределение;
- интересы сторон;
- бизнес-модель компании во взаимодействии с внешней средой, возможности и риски, с которыми сталкивается компания;
- деятельность компании в прошлом, настоящем и будущем.

Включение в отчет нефинансовой информации позволяет выйти за рамки анализа затрат и выгод и приме- нить анализ связки «затраты – эффективность», который ориентирован на определение соотношения расходов компании и ее результативности, когда результат деятельности может быть оценен не в одной системе измерения (в случае анализа затрат и выгод это стоимостное выражение), а через набор показателей в различных системах измерения (к примеру, патенты как реализация инновационных решений или текучесть кадров как показатель степени удовлетворенности персонала) [2, с. 26].

Заинтересованные стороны получают возможность оценить и сопоставить не только количественные, но и качественные величины, например, денежные и социальные ценности, что отражает разные стороны деятельности компании. Активное внедрение интегрированного мышления обеспечивает связность информации, «приводит к более тесной интеграции информационных систем, которые поддерживают внутреннюю и внешнюю отчетность и предоставление информации, включая подготовку интегрированного отчета» [3].

Важнейшим событием на пути внедрения интегрированной отчетности стало создание в 2010 году специального органа, контролирующего подготовку интегрированных отчетов – Международного совета по интегрированной отчетности (IIRC, или МСИО). В состав Совета входят представители самых различных секторов – инвестиционного, профессионального бухгалтерского, разработчики стандартов и др. Основная миссия Международного совета по интегрированной отчетности – формирование единой мировой концепции интегрированной отчетности, которая представляет совместно финансовую и нефинансовую информацию в ясном, последовательном и сопоставимом формате.

Лидером по внедрению интегрированной отчетности является ЮАР. С 1 июня 2010 года, согласно Кодексу Кинга III (King III Code on Governance), все южноафриканские компании, котирующиеся на фондовой бирже Йоханнесбурга (ЮАР), обязаны представлять интегрированный отчет. Также в 2010 году в ЮАР был создан Комитет по интегрированной отчетности (IRC), одной из основных задач которого была разработка руководства по интегрированной отчетности для компаний, входящих в листинг биржи. Комитет возглавил профессор Мервин Кинг, который является председателем МСИО.

На сегодняшний день во многих странах введены обязательные или добровольные рекомендации для компаний, раскрывающих информацию об устойчивом развитии. Так, например, в Швеции интегрированные отчеты должны выпускать компании с государственным участием. Франция, Индия, Бразилия, также активно участвуют в процессе перехода к интегрированным отчетам, обязывая компании, чьи акции котируются на фондовых биржах, публиковать интегрированные отчеты. В Китае обязывают крупные компании включать в свои отчеты информацию об экологическом и социальном влиянии, а также корпоративном управлении, давая при этом право публиковать несколько обычных отчетов вместо интегрированного.

В России первые попытки составления интегрированной отчетности были сделаны компаниями атомной отрасли. Важным шагом к внедрению в нашей стране концепции интегрированной отчетности стало создание Российской региональной сети интегрированной отчетности (РРС). В последние годы крупные российские компании все чаще стали включать в свою отчётность элементы интегрированного отчета. Однако можно найти лишь единицы компаний, интегрированные отчеты которых имеют структуру и содержание, соответствующие концепции интегрированной отчетности в целом. РРС ежегодно проводит исследования по выявлению качества и прозрачности отчетности российских компаний, в том числе и их соответствия требованиям интегрированной отчетности. Анализ прозрачности важен тем, что является одним из основных условий для составления интегрированного отчета.

Список литературы

1. Положение о признании международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации. Утверждено Постановлением Правительства Российской Федерации от 25.02.2011 № 107.

2. *Вахрушина М. А.* Международные стандарты финансовой отчетности: учебник для студентов высшего профессионального образования, обучающихся по экономическим специальностям / М. А. Вахрушина. – М.: Национальное образование, 2014. 655 с.

3. *Ефимов О.Н. Корытова В.Е.* Тенденции развития внешнеэкономических связей России в условиях действия международных санкций // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития регионов и предприятий в условиях глобализации экономики». Уфа: УИ (филиал) РЭУ имени Г.В. Плеханова, 2014.

УДК 338.1

ПРОМЫШЛЕННОСТЬ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ДРАЙВЕР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ
INDUSTRY AS AN INNOVATIVE DRIVER OF ECONOMIC GROWTH IN MODERN RUSSIA

Галина Юрьевна Волкова, Наталия Валерьевна Волкова
Galina Urievna Volkova, Natalia Valerievna Volkova

Компания «Ортомода», Россия, Москва
The Company «Orthomoda», Russia, Moscow
(e-mail: volkova@orthomoda.ru; lawyer@orthomoda.ru)

Аннотация: На основе анализа причин торможения роста экономики России начиная с 2011 г. показано, что стабильный и устойчивый экономический рост может обеспечить только диверсифицированная национальная экономика, которая базируется на развитом реальном секторе, в первую очередь промышленности. В этом аспекте рассматриваются проблемы инновационно-технологической модернизации экономики России на индустриальной основе, включая возможность разработки и реализации программы «новой индустриализации» России.

Abstract: Based on the analysis of the reasons for the inhibition of growth of the Russian economy since 2011 it is shown that stable and sustainable economic growth can only provide a diversified national economy, which is based on the development of the real sector, primarily industry. This aspect considers the problems of innovative-technological modernization of economy of Russia on an industrial basis, including the possible development and implementation of the program "new industrialization" of Russia.

Ключевые слова: экономический рост, промышленность, модернизация экономики, инновационно-технологическое обновление, новая индустриализация.

Keywords: economic growth, industry, economy modernization, innovation and technological updating, the new industrialization.

Для начала следует вспомнить, что существенное замедление экономического роста в России началось в 2013 г., когда темпы роста производства ВВП и валового выпуска промышленности существенно сократились по сравнению не только с периодом экономического подъема 1999–2008 гг., но и со среднегодовыми темпами роста в послекризисный период 2010–2012 гг. При этом темпы роста особенно значительно сократились в промышленности: в 2013 г. фактически произошла остановка промышленного роста (тенденция замедления роста промышленного производства проявилась еще в 2011 г.) притом, что в годы экономического подъема (1999–2008 гг.) среднегодовой темп прироста промышленного производства в России составлял 6,1%.

Наиболее опасной негативной тенденцией стало сокращение начиная с 2013 г. инвестиций в основной производственный капитал. И это происходило в условиях, когда износ основных фондов по экономике России в целом составляет около 50%, а в ряде важнейших отраслей как добывающей, так и обрабатывающей промышленности даже превышал этот

показатель, достигая 70%. В такой ситуации, естественно, сложно было ожидать радикальных структурных изменений в экономике, которые привели бы ее в ближайшие годы к большей диверсификации и снизили зависимость от мирового рынка. При этом мировой опыт убедительно свидетельствует, что стабильный и устойчивый экономический рост может обеспечить только диверсифицированная национальная экономики, которая базируется на развитом реальном секторе, в первую очередь промышленности. Данный вывод подтверждают и результаты среднесрочного прогноза динамики развития экономики России, выполненного в 2016 г. коллективом ученых под руководством д.т.н. Аскара Акаева (МГУ им. М.В. Ломоносова) и д.э.н. Наби Зиядуллаева (ИПР РАН) [1].

В этих непростых условиях очень важно: у политического руководства России есть четкое понимание того, что страна, лишь только проведя коренную ***модернизацию*** путем преодоления примитивной сырьевой структуры экономики и экспорта, может и должна выйти на траекторию устойчивого экономического роста. Еще в 2011 г. Правительством Российской Федерации был озвучен курс на модернизацию экономики страны, направленный на ее инновационно-технологическое обновление. Определено, что ключевым для выхода России на новый технологический уровень для обеспечения не только лидерских позиций в мире, но также и внутренней экономической безопасности страны, является внедрение новейших медицинских, энергетических и информационных технологий, развитие космических и телекоммуникационных систем, радикальное повышение энергоэффективности национального хозяйства. Перечисленные стратегические направления инновационно-технологической модернизации России, определенные государством, являются, безусловно, приоритетными. Но, конечно, ими далеко не исчерпывается перечень всех государственных задач в этой области. На наш взгляд, Правительством РФ, в рамках работ по диверсификации экономики страны, непременно должны активно разрабатываться и реализовываться программы развития и других ее сфер, в первую очередь реального сектора, а в его составе - промышленности, ориентируясь на значительное повышение доли добавленной стоимости, производимой внутри страны.

Повышенное внимание к реальному сектору экономики и в первую очередь к промышленности на сегодня является основным трендом развития мировой экономики и экономической политики развитых стран мира последних лет. Достаточно вспомнить, что в своих предвыборных тезисах на сегодня уже избранный новым президентом страны – лидера мирового постиндустриального развития – США - Дональд Трамп обещал самое пристальное внимание в экономической политике страны обратить в первую очередь на развитие национальной промышленности, создание новых рабочих мест на промышленных предприятиях.

Здесь также уместно вспомнить, что реальное производство и прежде всего промышленное производство является приоритетным базисом модернизации национальной экономики, без которой она обречена на постоянную зависимость от конъюктурных явлений. С другой стороны, если у страны не будет собственного развитого промышленного сектора, то не будет и инноваций, поскольку промышленность является наиболее продвинутым инновационно-технологическим сегментом национальной хозяйственной системы. Кроме того, промышленность позволяет создавать новые рабочие места, причем не только на самих промпредприятиях, но в смежных отраслях, в других сферах экономики. Достаточно привести пример: в Европе в частном секторе промышленность обеспечивает почти 25% рабочих мест, причем это в первую очередь высококвалифицированные рабочие места. А каждое новое рабочее место в промышленности, как показывает практика, создает в среднем от 0,5 до 2-х новых рабочих мест в других секторах экономики [2]. Последнее чрезвычайно важно для нашей страны в свете Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике», которым Правительству РФ предписано принять меры для создания и модернизации в стране к 2020 г. не менее 25 млн. высокопроизводительных рабочих мест.

Промышленность, как показывает мировой опыт, также является основным инвестором в инновации. Например, в Германии и Южной Корее на промышленный сектор приходится 89% затрат всего частного бизнеса на инновации, в Японии и Китае данный показатель составляет 87%, в США – 67%, в типичном представителе новых индустриальных стран (НИС) «первой волны» - Мексике – 69% [2].

Действительно, экономическая история фактически не знает модернизаций, которые по своей сути не были бы индустриальными. Каждая модернизировавшаяся страна ставила своей задачей, прежде всего, самообеспечение качественными промышленными товарами и вывод своей промышленной продукции на мировой рынок. К великому сожалению, в названном плане Россия как в целом за годы рыночных реформ (начиная с 1991 г.), так и в последние несколько лет не просто стоит на месте: анализ показывает, что доля национальных производителей сокращается на всех рынках конечной промышленной продукции - от автомобилестроения до бытовой электроники. И это несмотря на реализацию комплекса антикризисных мер, включая обширную программу по импортозамещению, которая на сегодня дала позитивные результаты в части продукции сельского хозяйства и АПК.

В том же 2011 г., когда была объявлена государственная программа модернизации экономики России, В.В. Путин, выступая в Государственной думе с отчетом о деятельности правительства, которое он в то время возглавлял, заявил о новом пути развития страны: «России необходима новая индустриализация – опережающее развитие всех несырьевых отраслей национальной экономии». И далее: «Речь идет именно о современной индустрии, способной выпускать конкурентную продукцию, востребованную и в России, прежде всего в России, и в мире». При этом, по словам В.В. Путина, главной движущей силой этого проекта должен стать частный бизнес [3].

В последнее время было предложено несколько альтернативных вариантов программы реиндустриализации, или «новой индустриализации» России: Институтом региональной политики [4], РЭУ им. Г.В. Плеханова [5], Институтом экономики Уральского отделения РАН [6] и др. Но в наибольшей степени решению задачи превращения российской промышленности с подлинный драйвер экономического роста в стране отвечает, на наш взгляд, проект альтернативой «Стратегии экономического развития России до 2030 года», подготовленный Торгово-промышленной палатой (ТПП) РФ. Данный документ прямо ориентирован на поддержку и стимулирование реального сектора отечественной экономики и новую индустриализацию страны. Разработчиками его были выработаны основополагающие принципы данного процесса, а также предложены конкретные механизмы реализации в виде мероприятий в области денежно-кредитной, налоговой и внешнеторговой политики [7].

Нам представляется целесообразным максимально учесть вышеназванные предложения ТПП РФ именно сейчас, пока идет обсуждение проекта «Стратегии социально-экономического развития России до 2030 года», подготовленной Минэкономразвития РФ, а также при формировании проекта «Комплексного плана действий Правительства на период с 2017 по 2025 год» над которым работает аппарат Правительства РФ совместно с представителями экспертного сообщества и бизнеса. Это в полной мере соответствовало и способствовало бы решению одной из важнейших стратегических целей Правительства РФ – повышению темпов роста экономики стран.

Подводя итог сказанному, важно понимать, что модернизация экономики на индустриальной базе означает обновление, ликвидацию отсталости, выход на современный, сравнимый с передовыми странами уровень развития. При этом речь должна идти о целом ряде ключевых задач, решать которые необходимо системно, в едином комплексе, включая:

- осуществление коренных структурных сдвигов в российской экономике в целом в направлении формирования производственной структуры, отвечающей критериям развитой индустриальной страны.

- освоение производства продуктов современного технологического уровня в масштабах, позволяющих российским промышленным компаниям занять достойные позиции на мировых рынках;

- коренное обновление производственного аппарата промышленности с заменой устаревшего оборудования и технологий на современные, высокопроизводительные;

-органическое включение страны в новейшие мировые инновационные процесс, скорейшее использование всех важных инноваций, в том числе новинок в области организации и управления промышленным производством.

Все перечисленное, в конечном счете, предполагает уход от однобокой сырьевой ориентации производимой продукции национального промышленного комплекса и, соответственно, экспорта, повышение в ВВП и экспорте страны доли продуктов с высокой добавленной стоимостью, в том числе продуктов новой информационной экономики.

В этих условиях необходим тщательный, глубоко продуманный и всесторонне обоснованный выбор очень ограниченного числа приоритетов промышленного развития. При всем понимании жестких ресурсных ограничений в числе первых приоритетов промышленного развития должны быть также цели всеобщей, повсеместной технологической модернизации производственного аппарата страны, ее основных производственных (да и непроизводственных) фондов.

Но начинать всю эту большую работу, на наш взгляд, следует с тщательной инвентаризации отечественной обрабатывающей промышленности (по всем ее отраслям и подотраслям) с тем, чтобы глубже понять, что мы на сегодня реально производим, что умеем производить (но по каким-либо причинам на производим), насколько может быть конкурентоспособна данная продукция на внутреннем и внешних рынках. И только после этого можно переходить к определению стратегии и тактики дальнейшего развития российской промышленности, определению того, что можно воссоздать, а что фактически надо строить заново (реконструкция и строительство новых промпредприятий)

Думается, что реализация всего перечисленного выше в совокупности может и должно привести к значительному синергетическому эффекту в деле подлинной модернизации российской экономики на новом индустриальном базисе. Это, в свою очередь, явиться важным шагом в направлении создания в стране новой, инновационной экономики, отвечающей реалиям и потребностям развития России как одного из мировых лидеров в XXI веке.

Список литературы

1. *Акаев А.А., Зиядуллаев Н.С., Сарыгулов А.И., В.Н. Соколов*. Среднесрочный прогноз динамики развития экономики России // Проблемы прогнозирования. 2016. № 5. С. 37-46.

2. Промышленность – это залог развития во всех сферах: Интервью заместителя главы Минпромторга РФ Глеба Никитина «Газете.ru» // 2014. http://www.gazeta.ru/growth/2014/10/31_a_6284061.shtml

3. РИА «Новости». 26 мая 2011 г.

4. Официальный сайт Института региональной политики // 2017.www.regionalistica.ru

5. Реиндустриализация экономики России в условиях новых угроз/ Под ред. Валентея С.Д. Вып. 2. М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2015. 72 с.

6. *Татаркин А.И., Романова О.А., Бухвалов Н.Ю*. Новая индустриализация экономики России // Вестник УрФУ. Серия «Экономика и управление». 2014. № 3. С. 13-21.

7. Принципы Стратегии экономического развития России до 2030 года ТПП РФ // 2017. http://me-forum.ru/media/soviet/printsipy-strategii-ekonomicheskogo-razvitiya-rossii-do-2030-goda

УДК 331.108

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОМПАНИИ КАК ДРАЙВЕР РОСТА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
THE ECONOMIC POTENTIAL OF THE COMPANY AS GROWTH DRIVER FOR INVESTMENT ATTRACTIVENESS

Нина Андреевна Виноградская
Nina Andreevna Vinogradsky

Московский городской педагогический университет, Россия, Москва
Moscow City Pedagogical University, Russia, Moscow
(e-mail:ninavi2012@yandex.ru)

Аннотация: В статье рассматривается уровень развития человеческого потенциала как фактор повышения привлекательности объектов инвестирования в условиях импортозамещения.

Abstract: The article examines the level of development of human potential as a factor increasing the attractiveness of investment objects in terms of import.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, экономический потенциал, объект инвестирования, инвестиционный риск, регион

Keywords: investment attractiveness, economic potential, investment object, investment risk, region

Как известно, история повторяется. Еще в начале прошлого века российские экономисты (к примеру, Витте С.Ю., Менделеев Д.И. и др.) говорили о необходимости всемерной поддержки отечественного производителя. Известен тезис о том, что политика свободной торговли (фритредерство) продуктивна либо в условиях отсутствия или недостаточной развитости собственного производства, либо когда своё производство настолько окрепло, что может успешно конкурировать с экспортом. Во всех иных случаях защита отечественных отраслей (протекционизм) необходим даже в долгосрочном периоде, потому, что производитель не имеет достаточного объёма инвестиций для расширения своего производства и сталкивается с опасным демпингом иностранных производителей [1].

Конец прошлого века характеризуется новой волной импортозамещения, связанной с резкой сильной девальвации рубля в 1998 году, когда объём импорта в Россию сократился на 20 % (до $74 млрд), и ещё на 28 % (до $53 млрд) в следующем году. Тогда возросший после кризиса спрос на российскую продукцию легко был удовлетворен на экстенсивной основе за счёт использования незагруженных в начале 90-х производственных мощностей. Отметим: снижение импорта из-за девальвации национальной валюты, стало важнейшим фактором экономического роста. Рост ВВП и промышленного производства в России, произошедший в 1999 году, на 25 % был обязан процессу импортозамещения в обрабатывающих отраслях [2].

Дополнительный толчок импортозамещению дал сопровождавшийся значительным падением курса рубля кризис 2008 года. Импортозамещение коснулось отдельных видов пищевой продукции, а также замены импорта готовых автомобилей их сборкой в России. Рост российского производства стальных труб, железнодорожных вагонов, компонентов для авиационной и ракетной техники привёл к сворачиванию их импорта из Украины.

Высокая степень конкурентной борьбы между отечественными предприятиями по поводу привлечения средств инвесторов в условиях острой нехватки бюджетных источников и ограниченности инвестиционных ресурсов у частного капитала вызывает необходимость целенаправленного повышения инвестиционной привлекательности объекта вложения капита-

ла [3]. При этом экономический потенциал предприятия, отрасли и региона является наиболее важным фактором, позволяющим повысить его инвестиционную активность, привлечь искомые денежные средства для финансирования инновационных проектов.

Экономический потенциал объекта инвестирования - возможность его устойчивого развития, достигаемая адаптацией внутренних факторов к перманентным изменениям внешней среды, на базе эффективного использования имеющихся ресурсов и наилучших из доступных технологий. Интенсивное развитие и эффективное применение экономического потенциала, создают все необходимые предпосылки для постоянного экономического роста отдельных предприятий на микроуровне, отраслей и регионов на макроуровне.

В этимологическом значении термин «потенциал» происходит от латинского *potentua* и означает «мощность, сила». Не сомневаясь в значении материальных и финансовых ресурсов как базиса потенциальных возможностей предприятия, отметим, что само по себе их наличие не гарантирует достижения искомых целей. Сегодня важнейшей составляющей потенциала выступают способность эффективно мобилизовать ресурсы в ходе осуществления намеченного. Так как сегодня совокупность таких способностей принято называть компетенциями, потенциал можем определить, как возможности системы ресурсов и компетенций объекта инвестирования сегодня и в будущем создавать результат для заинтересованных лиц через реализацию комплекса самых эффективных бизнес-процессов.

Компетенции и ресурсы, используя внутренние возможности роста предприятия, призваны обеспечить его конкурентные преимущества в рыночной среде, определять возможности спроса и инвестиционную привлекательность с точки зрения лиц, располагающих временно свободными средствами для их вложения в прибыльные проекты. Причем, нельзя рассматривать потенциал более высокого уровня как сумму потенциалов подчиненного уровня, что связано со свойствами синергетизма сложных систем. Существует и обратная связь: величина экономического потенциала предприятия также определяется уровнем и структурой составных компонентов потенциала региона, отрасли, страны [4].

Структура потенциала включает комплекс объектных и субъектных элементов. Объектные составляющие связаны с материально-вещественной и личностной формой потенциала. Они потребляются и воспроизводятся в той или иной форме в процессе функционирования. К ним относятся: инновационный потенциал, производственный потенциал, финансовый потенциал и потенциал воспроизводства (табл. 1)

Таблица 1. Видовые объектные составляющие потенциала объекта инвестирования [4]

	Виды экономического потенциала	Содержание совокупных возможностей предприятия
1	Инновационный потенциал	- генерация, восприятие и внедрение новых радикально модифицированных идей для системных обновлений
		технического характера
		организационного характера
		управленческого характера
2	Производственный потенциал	- привлечение и использование факторов производства для максимально возможного выпуска продукции.
		потенциал земли и природно-климатические условия
		потенциал основных фондов
		потенциал оборотных фондов
		потенциал нематериальных активов

		потенциал технологического персонала
3	Финансовый потенциал	- объем финансовых ресурсов, полученных в распоряжение предприятия для реализации текущих и перспективных планов
		собственных средств
		заемных
		привлеченных
4	Потенциал воспроизводства	- имеющихся в распоряжении и тех, что могут быть привлечены и использованы для воспроизводства всех составляющих потенциала
		материально-технических ресурсов
		нематериальных активов
		финансовых источников
		информационных баз

Субъектные составляющие связаны с общественной формой их обнаружения. Они не потребляются, а составляют общеэкономический фактор рационального потребления объектных составляющих (табл. 2). При этом, выделяют интегрирующие составляющие, которые нельзя однозначно отнести к субъектным, либо к объектным составляющим. Таковыми являются: трудовой, инфраструктурный и информационный потенциалы.

Актуальность исследования трудового потенциала обусловлена повсеместным выдвижением человека в самый центр экономической деятельности в качестве ее цели, движущей силы и первостепенного условия [5]. Несомненна жесткая зависимость современной экономики знаний от уровня развития человеческого потенциала, ее направленность на удовлетворение возрастающих потребностей, в структуре которых происходит существенный сдвиг в направлении нематериальных ценностей, духовных и культурных запросов. Следует учитывать тот факт, что прорыв страны в будущее возможен только благодаря капитализации человеческого фактора и формирования общественного капитала [6]. Сегодня условия для личностного развития в России нельзя считать благоприятными, трудности экономического характера (самая большая по территории страна занимает лишь 14 место по размеру ВВП и удручающее 73 место по ВВП на душу населения в мировом рейтинге) усугубляются отсутствием целостной стратегии развития социума.

Таблица 2. Видовые субъектные составляющие потенциала объекта инвестирования [4]

	Виды экономического потенциала	Состав возможностей и ресурсов для решения проблем
1	Научно-технический потенциал	- уровень научного обеспечения процесса производства
		научных изысканий, лицензий, патентов, ноу-хау
		технических новшеств и портфеля проектов
		инновационных технологий
		инженерного дела и документации
		производственного опыта и навыков

		подготовленных научно-технических кадров и резерва
2	Управленческий потенциал	- навыки и способности руководителей, интеграция функционально-структурных и нематериальных элементов.
		по формированию объекта инвестирования
		организации и ведение бизнес - процессов
		• созданию условий для функционирования и развития социально-экономической системы предприятия
3	Потенциал организационной структуры управления	- общекорпоративный управленческий механизм фирмы
		уровень организации функциональных элементов
		характер взаимосвязей между элементами системы
4	Маркетинговый потенциал	- способность систематизировано и планомерно удовлетворять спрос и развивать потенциальные рынки
		определение потребностей и потенциального спроса
		организация производства востребованной продукции
		организация каналов товародвижения, продажа
		послепродажное обслуживание и сервис
5	Логистический потенциал	- функциональная способность системно интегрированных подразделений по перемещению в пространстве и времени:
		персонала - перевозка сотрудников, размещения их в офисных и производственных помещениях;
		передвижению согласно технологическому процессу - транспортировка, складирование, хранение, перераспределение;
		энергетических и информационных потоков - передачи, обработка, хранение и трансформация

В целом, находясь в группе стран с пониженным индексом развития человеческого капитала (50 место в глобальном рейтинге по индексу человеческого развития и 26 место в рейтинге по уровню образования), нам приходится не столько стимулировать рост, сколько противостоять падению кадрового потенциала, его деградации. Здесь необходимо согласиться с А.С.Солженицыным - национальной идеей должно стать «сбережение народа».

В результате, низкое качество человеческого потенциала настораживает инвесторов [5]. В качестве главных факторов, негативно влияющих на его состояние, рассматриваются:

- низкий жизненный уровень (61 место в мире по уровню благосостояния) и маргинализация значительной части населения. Согласно исследованиям, около 40 процентов населения испытывает дискомфорт (неизменное напряжение, раздражение, страх за будущее), что обуславливает устойчивое неприятие сложившейся ситуации, протест;

- низкий уровень доходов вынуждает использовать модели множественной занятости, что обязательно вызывает естественное истощение рабочей силы, сказывается на десоциализации молодежи (характерный для России феномен «отсутствующих родителей»);

- наличие безработицы становится причиной бедности и разрушения моральных устоев. Негативный характер информационного поля искажает картину восприятия жизни.

Специалисты уверены, что основными причинами роста безработицы среди молодежи является несоответствие их квалификации потребностям рынка труда сегодня и в ближайшей перспективе. Молодым соискателям должности трудно получить знания и выработать профессиональные навыки по изучаемой профессии; их знания не всегда соответствуют жестким требованиям работодателя. Молодежь отталкивает ожидающий ее низкий уровень заработной платы и замедленное продвижение по должностной лестнице. Из-за недостатка адекватной информации возможен и ошибочный выбор профессии, специальности.

Недостаточность или полное отсутствие квалификационных кадров на предприятиях, многократно увеличивает инвестиционные риски, ограничивающие возможность осуществления внешнего финансирования, особенно в регионах [7]. Перед современными учебными заведениями ставится инновационная задача подготовки не просто квалифицированных кадров, как «инструмента хозяйственной деятельности», по и формирование человеческого капитала, соответствующего современным вызовам.

Следует отметить, что деятельность учебных заведений по подготовке востребованных кадров всегда имела «местную» специфику: региональное пространство обладает ярко выраженными особенностями, традициями, предпочтениями. На сегодняшний день, вопросы качества и модернизации образования в регионах недостаточно интегрированы в целостный комплекс социокультурной политики. В решении проблем образования должны учитываться социально-экономические, социально-политические, территориально-демографические и иные характеристики жизни конкретных территорий [8].

Для образовательных учреждений чрезвычайно сложно, но тем не менее необходимо, разработать личностно-ориентированную систему подготовки специалистов, учитывающую специфику отраслей, форм собственности, сфер деятельности будущих работодателей [9, 10]. Несомненно, жесткая специализация образовательных программ в рамках направления подготовки, в которой заинтересованы работодатели, экономически не выгодна учебному заведению из-за относительно небольшой численности студентов по каждой специализации, которая может заинтересовать заказчика. Проблему можно решить только путем внедрения целевых региональных программ, которые в обязательном порядке будут включать комплексный мониторинг качества подготовки и формирования отвечающего реалиям рынка труда, человеческого потенциала, в школах, колледжах и ВУЗах [11].

Список литературы

1. Менделеев Д.И.. Толковый тариф, или Исследование о развитии промышленности России в связи с её общим таможенным тарифом 1891 года // М.: Европа. 2005. С. 282-284. ISBN 5-9739-0008-8.

2. Лещинская А.Ф., Лещинская М.В. Система финансирования реализации инновационных наукоемких технологий // Экономика в промышленности. 2013. № 4. С. 64-69.

3. Радонцева Е.К., Зотикова О.Н. Предпосылки импортозамещения текстильных товаров в России // В сборнике: Актуальные проблемы и тенденции развития экономики организаций в России: сборник научных трудов к 15-летию кафедры аудита и контроллинга МГУДТ. М.: МГУДТ, 2016. С. 222-227.

4. Управление экономическим потенциалом организации: учеб. пособие / А.П. Романов, Г.Г. Серебренников, В.М. Безуглая, О.В. Кириллина, М.К. Чарыкова. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. 88 с.

5. Крюкова Е.Л., Лемьева И.В., Ларионова А.А. Зависимость экономического успеха организации от использования интеллектуального капитала // В книге: Проблемы современного гуманитарного образования глазами молодежи Тезисы докладов Первой Всероссийской конференции молодых исследователей. 2013. С. 14.

6. Зайцева Н.А. Формирование и использование человеческого капитала: современные вызовы. // Современные проблемы сервиса и туризма. 2014.Т. 8. № 2. С. 25-33.

7. Ларионова А.А. Рост стоимости – главная цель развития предприятия / В сборнике: Проблемы и опыт менеджмента, финансов, учета и налогообложения предприятий, отраслей, комплексов Москва, 2012. С. 85-89.

8. Вихрова Н.О. Особенности организации послевузовской профессиональной подготовки финансовых руководителей организации // Таврический научный обозреватель. 2015. № 5-1. С. 68-70.

9. Ларионова А. А. Проблемы подготовки бакалавров менеджмента // Российские регионы: взгляд в будущее , 2014 , № 1. С. 70-84.

10. Зайцева Н.А. Ушанов Ю.В. Национальная система профессиональных квалификаций: организационно-методические основы создания. Монография. — М.: РУСАЙНС, 2016 184 с.

11. Матвеева А.С., Лещинская А.Ф. Специфика формирования человеческого капитала в национальных исследовательских университетах // Экономика в промышленности. 2014. № 4. С. 9-19.

УДК 65.011

К ВОПРОСУ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА КАЗАХСТАНА В РАМКАХ ТРАНСФОРМАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ОТРАСЛЬЮ
TO THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE OIL AND GAS SECTOR OF KAZAKHSTAN IN THE FRAMEWORK OF THE TRANSFORMATION OF THE INDUSTRY MANAGEMENT

Анэль Дархановна Елеукулова
Ane Darkhanovna Yeleukulova

ЕНУ им. Л. Н. Гумилева, Казахстан, Астана
L.N.Gumilev Eurasian National University, Kazakhstan, Astana
(e-mail: aneka_010@mail.ru)

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы инновационного развития нефтегазовой отрасли Казахстана. Обоснована необходимость изменения структуры управления нефтегазовыми компаниями, построение которой является залогом устойчивого развития экономики, обеспечения глобальной конкурентоспособности и экономической безопасности страны.

Abstract: The article considers problems of innovative development of the oil and gas industry of Kazakhstan. The necessity of changes in the structure of management of oil and gas companies, the construction of which is fundamental to the sustainable development of the economy, ensure global competitiveness and economic security of the country.

Ключевые слова: нефтегазовая отрасль, производства полного цикла, структурная трансформация отрасли.

Keywords: oil and gas industry, full-cycle production, structural transformation of the industry.

Исследование проблем управления нефтегазовой отрасли в рамках тенденций ее современного развития, является актуальным. Зависимость экономик нефтедобывающих стран от масштабов и характера использования топливно-энергетических ресурсов, среди которых ведущее место принадлежит нефти и газу, стало сдерживающим фактором в развитии таких стран [6]. Эти сырьевые ресурсы имеют стратегическое значение для обеспечения экономи-

ческой стабильности страны. Так, до недавнего времени нефтегазовая отрасль формировала почти треть ВВП Казахстана; помимо стабильных денежных поступлений в бюджет, нефтегазовые предприятия обеспечивали инфраструктурное развитие регионов и обновление других секторов казахстанской экономики.

Анализ динамики мирового спроса и цены на нефть показывает, что цена и спрос не сильно коррелируют между собой, даже увеличение спроса в 2016 году не сильно повлияло на увеличение цены, т.е. цена формируется другими факторами. При этом, как известно, предложения тоже достаточно (даже при условии заморозки добычи).

Эксперты Всемирного Банка в своем докладе, оценивая ситуацию на нефтяном рынке, приходят к выводу, что резкого роста цен на нефть в ближайшем будущем не предвидится. 2015-й стал годом низких цен на нефть, а в 2016-м они выросли лишь незначительно.

В декабре цены на нефть повысились по итогам достигнутой договоренности между нефтедобывающими странами-членами ОПЕК и странами, не входящими в эту организацию, о сокращении объемов добычи нефти почти на 1,8 млн баррелей в сутки в первом полугодии 2017 года.

На нефтяном рынке продолжается медленное восстановление баланса спроса и предложения на фоне устойчивого масштабного роста. Всемирный банк ожидает, что в 2017 году средняя цена на нефть составит 55 долларов США за баррель, что на 26% выше показателя 2016 года. Как ожидается, в 2017 году на рынке сложится дефицит – особенно во втором полугодии, что поможет сократить избыточные запасы нефти.

Доля нефтегазовой отрасли в ВВП Казахстана из-за падения цен на нефть за последние годы снизилась с 25% до 17,6%. Страна поставляет нефть в 36 стран Европы и Азии и находится на 16-м месте в мире с годовым объемом добычи 1,6-1,7 млн. барр. в сутки (рис.1).

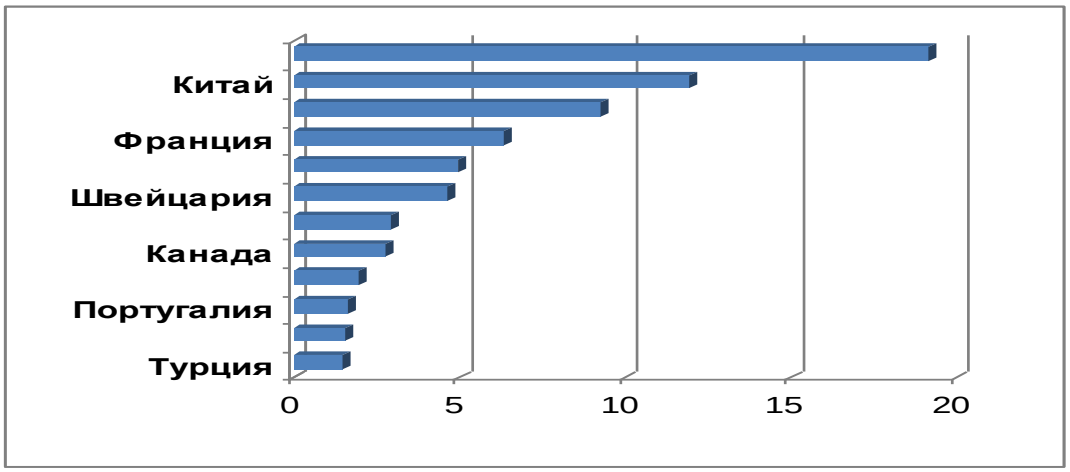

Рис. 1. Экспорт казахстанской нефти (Основные страны *(млн. тонн)*)

По итогам 2013 года экспорт казахстанской нефти - 68 млн. тонн на сумму 55,2 млрд. $, то в 2015 году экспорт - 61,3 млн. тонн нефти на 26,2 млрд. $ - двукратное падение экспорта в долларовом выражении. При этом доля нефти в экспортных доходах страны снизилась до 57 %, прямые иностранные инвестиции, в последний год составили всего $3 млрд. и снизились в два с лишним раза. [2]

По данным США, Казахстан способен нарастить добычу нефти до 3 млн. барр. в сутки к 2040 году, хотя в стране более осторожны с прогнозами и считают реалистичными цифры 2-2,5 млн. барр. Значительное снижение цен на нефть оказало наибольшее неблагоприятное влияние на казахстанскую экономику, как сырьевую и падение спроса на экспортную продукцию Казахстана из-за рецессии и замедления роста экономик России, Китая и Еврозоны. [3].

Это обстоятельство ставит под угрозу разведку и освоение новых месторождений. Падение цен на углеводородные ресурсы и девальвация национальной валюты вызвало: **с**окращение поступления в бюджет, снижение добычи, сокращение объемов буровых работ, пересмотр проектов, сокращение закупок, сокращение объёмы заказов у сервисных компаний, отсутствие новых проектов. Согласно прогнозу, в 2018 году цены могут повыситься до 60 долларов США за баррель при условии сохранения равновесия на рынке и отсутствия дополнительных ограничений на поставку нефти странами ОПЕК и нефтедобывающими странами, не входящими в ОПЕК [1].

Правда, 9 марта 2017 года, цены на нефть котировки эталонных сортов упали еще ниже — до уровней, на которых они находились 1 декабря 2016-го (первый день после заключения в Вене соглашения ОПЕК о сокращении добычи нефти в первой половине 2017 года), что свидетельствует о неустойчивом состоянии рынка.

Средняя цена на нефть, возможно, будет находиться в коридоре 45-60 долларов/баррель. При этом Национальный фонд прогнозирует постепенное снижение налоговых поступлений последующие 3 года с 1201,6 млрд тенге в 2017г до 1172,5 млрд тенге в 2018г. и 1156,1 2019 г.г млрд тенге. Предполагается использование средств Национального фонда в форме гарантированного трансферта в сумме 2880,0 млрд тенге ежегодно и в 2017 году в виде целевых трансфертов в сумме 441,6 млрд тенге [3].

Возможности для бизнеса значительно сократились. В 2014 году объем ВВП в долларовом выражении составил приблизительно 221 миллиард долларов США, который сократился в 2016 году приблизительно на 133 миллиарда долларов, и это представляет собой значительное снижение на более чем 80 миллиардов всего лишь за два года [4].

В рамках программы Третьей модернизации Казахстана одним из основных приоритетов, призванных обеспечить темпы роста экономики выше среднемировых и устойчивое продвижение в число 30 передовых стран, является сохранение нефтегазовым комплексом своего стратегического значения. Предпосылки для этого существуют: запасы нефти оцениваются в 4,1 миллиардов тонн (30 миллиардов баррелей), включая месторождения на суше (более 4 миллиардов тонн); запасы газового конденсата оцениваются в 300 миллионов тонн, что ставит Казахстан на 10-е место в мире по этому показателю.

При этом концепцией по вхождению Казахстана в число 30-ти наиболее развитых государств мира определен ряд направлений, касающиеся нефтегазовой отрасли, а именно, развитие производств полного цикла, начиная с проведения геологоразведочных работ, добычи природных ресурсов и заканчивая производством продукций высокого передела.

В Казахстане сегодня работает около 100 нефтедобывающих компаний. Информация о зарубежных предприятиях представлена в табл. 1 [5].

Таблица 1. Зарубежные нефтегазовые предприятия, представленные в Казахстане

Компании	Месторождения
Российские компании	
Лукойл.	Тенгизское (2,5%), Карашыганакское (15%), Каракудукское (62,5%), Арманское и других
Роснефть	владеет 50% -ми Курмангазинского месторождения
Европейские компании	
итальянская Eni (Agip)	Карашыганак, Кашаган
французская Total	Кашаган
немецкая Royal Dutch Shell	Кашаган
английская British Gas	Карашыганак
испанская Repsol YPF	Южный Жамбай
румынская Petrom	Тасбулат, Актас, Туркменой
датская Maersk Oil	Дунга

Китайские компании	
CNPC (China National Petroleum Corporation)	60 % акций АО «Актобемунайгаз», 50% акций Buzachi Operating Ltd (Северное Бузачи), «Казахойл-Актобе», с долей 97% добываемой в Актюбинской области нефти.
CITIC	50% Каражанбасмунай (Каражанбас).
Американские компании	
Chevron сроком на 40 лет	добычу нефти на Тенгизе, Кашагане, Карашыганаке
ExxonMobil	Тенгиз, Кашаган
ConocoPhillips	Кашаган
Азиатские компании	
Impex (Международная компания с 50% участием Японской национальной нефтяной корпорации)	8,3% в концерне «Аджип КСО» и принимала участие в проекте по разведке Северного Каспия. Сегодня компания занимается месторождением Кашаган.
индийская Mittal Investments,	Каракудук, Северное Бузачи, Жамбай Южный, Сатпаев
индийская ONGC Videsh td	Сатпаев
туркменская Казахтуркмунай	Сазтюбе, Елемес

В табл. 2 представлена информация и крупнейших нефтедобывающих компаниях, принадлежащих казахстанским предпринимателям (табл. 2) [7].

Таблица 2. Крупнейшие нефтегазовые предприятия Казахстана

Наименование компании	Населённый пункт	Категория предприятия
АО «Озенмунайгаз»	Мангистауская область г. Жанаузен	Крупные предприятия
АО «Мангистаумунайгаз»	Мангистауская область г. Актау	Крупные предприятия
АО «Каражанбасмунай»	Мангистауская область г. Актау	Крупные предприятия
АО «Петроказахстан Кумколь Ресорсиз»	Кызылординская область г. Кызылорда	Крупные предприятия
Караченгак Петролиум Операйтинг Б.В. Казахстанский филиал	Западно-Казахстанская область г. Аксай	Крупные предприятия
ТОО «Жаикмунай»	Западно-Казахстанская область г. Уральск	Крупные предприятия
ТОО «Тенгизшевройл»	Атырауская область г. Атырау	Крупные предприятия
АО «Эмбамунайгаз»	Атырауская область г. Атырау	Крупные предприятия
Жанажольский нефтегазоперерабатывающий комплекс АО «СНПС-Актобемунайгаз»	Актюбинская область г. Актобе	Крупные предприятия
НГДУ «Октябрьскнефть» - филиал АО «СНПС-Актобемунайгаз»	Актюбинская область г. Кандыгаш	Крупные предприятия
АО «СНПС - Актобемунайгаз»	Актюбинская область г. Актобе	Крупные предприятия
Филиал «Шагарлы – Шомышты» ТОО «КазАзот»	Мангистауская область С. Бейнеу	Средние предприятия
ТОО «SARYARKAGAZ»	Карагандинская обл., район им. Казыбек Би	Малые предприятия

Примечание: Крупные предприятия (от 1001 чел.), средние предприятия (от 151 до 200 чел.) и малые предприятия (от 51 до 100 чел.)

Повышение эффективности управления нефтяными ресурсами страны позволит создать стимулы для переориентации частного сектора на новые несырьевые и высокотехнологичные отрасли производства, и в целях повышения конкурентоспособности будут приняты меры по созданию «экосистем», объединяющих, помимо местных компаний, национальные научно-исследовательские институты, иностранные компании-подрядчики, а также нефтеперерабатывающие и нефтехимические производства Казахстана [2, 8]. Повышение эффективности в различных отраслях создаст условия для роста социальной ответственности предприятий и повышения уровня жизни населения [9, 10].

Таким образом, установлено, что решение перечисленных выше задач, стоящих перед нефтегазовой отраслью Казахстана, как драйвера национальной экономики, требуют всесторонней структурной трансформации отрасли, создания новой модели экономического роста, способной обеспечить глобальную конкурентоспособность и устойчивость страны.

Список литературы

1. Ежемесячные тенденции экономического развития в Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: http://pubdocs.worldbank.org/en/634311487348239641/RUS-Feb16-Russia-Monthly-Economic-Developments-Jan-2017.pdf

2. *Тукаев А*. Нефтяной комплекс Казахстана: ориентиры развития с учётом текущей ситуации в мировой экономике // III международная ежегодная конференция «Нефтепереработка и нефтехимия Центральной Азии» Астана - 2016. - [Электронный ресурс] // URL: http://www.akhmadi-invest.com/2016/06/15/dolya-neftegazovoj-otrasli-v-vvp-kazaxstana-snizilas-s-25-do-17/

3. Прогноз социально-экономического развития Республики Казахстан на 2017-2021 годы от 31 августа 2016 года - [Электронный ресурс] // URL: http://economy.gov.kz/ru/ministerstvo/detail.php?ELEMENT_ID=71260

4. Информационный портал - [Электронный ресурс] // URL: https://tengrinews.kz/markets/akishev-rekomenduet-kazahstantsam-ostorojnyimi-razmeschenii-313794/

5. Нефтегазовый информационный портал - [Электронный ресурс] // URL: http://www.neftegaz.kz/

6. Ларионова А.А. Модель финансового обоснования стратегий развития предприятия на основе концепции управления стоимостью // Дизайн и технологии. 2016. №53(95). С.93-98.

7. Маркетинговый справочник - [Электронный ресурс] // URL: http://kazdata.kz/04/2016-kazakhstan-08-otrasl-neftegazovye-kompanii-311-310-305.html

8. Первухин В.В. К истории создания вертикально интегрированных нефтяных компаний в России // ИМЭМО, Москва – 2012. - [Электронный ресурс] URL: http://www.imemo.ru/ru/conf/2012/06112012/PVV_06112012.pdf

9. Кунязова С.К., Даирбекова М.Б. Интеграция как способ повышения эффективности производства в нефтяной промышленности // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. LX междунар. науч.-практ. конф. № 4(58). – Новосибирск: СибАК, 2016. С. 108-113.

10. Виноградская Н.А. Роль социально ответственной деятельности промышленного предприятия в повышении его конкурентоспособности. // В сборнике: Современные тенденции в науке и образовании Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 5 частях. ООО "АР-Консалт". Москва, 2015. С. 128-130.

УДК 004.4:330

ИННОВАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ
INNOVATIONS IN INFORMATION TECHNOLOGIES

Людмила Георгиевна Кудрявцева
Ljudmila Georgievna Kudryavtseva

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

Аннотация: Рассмотрены некоторые перспективные технологии, использующиеся для создания систем автоматизированного синхронного перевода, а также для ввода информации и управляющих команд в компьютер без использования клавиатуры и манипуляторов.

Abstract: Discusses some of the promising technologies used to create computer-aided interpretation, as well as to input information and control commands to the computer without using the keyboard and manipulators.

Ключевые слова: информационные технологии, автоматизированный синхронный перевод, системы распознавания жестов.

Keywords: information technology, automated simultaneous interpretation, systems of gesture recognition.

В мире идет непрерывный процесс создания новых технологий, но одни лишь незначительно улучшают существующие решения, другие же могут совершить переворот в той или иной отрасли.

Появившийся не так давно онлайновые сервисы Google Docs и Zoho Docs предназначены для совместной работы над документами, при этом сервис Google Docs также предоставляет возможность оптического распознавания файлов, загружаемых на сервис. Распознаваться могут графические файлы (JPG, PNG и GIF) и PDF-документы. Также реализована поддержка русскоязычных документов, однако качество распознавания недостаточно хорошее [1].

Хорошо справляются с распознаванием русскоязычных текстов Ocr Terminal, Online OCR и FineReader Online, хотя более-менее корректно распознать сложный документ удается только первым двум из них [1].

Очень востребованной является задача создания систем автоматизированного синхронного перевода с одного языка на другой. Для ее решения необходимо иметь эффективные модули распознавания живой речи, синтеза речи по тексту, машинного перевода текста. Исследовательские работы в этих областях ведут компании Intel, IBM, Spoken Translation и др. [2].

Функции распознавания речи (не для всех языков) в настоящее время уже реализованы в ряде операционных систем и различных приложениях. Работы в этой области ведут компании Intel, IBM, Microsoft, Nuance Communications, Philips Speech Processing и др., а также российский разработчик «Центр речевых технологий» (ЦРТ) [3].

«Центр речевых технологий» представил готовую к внедрению систему голосовой навигации VoiceNavigator, позволяющую управлять банкоматом посредством голосовых команд. Но создать эффективную систему преобразования живой речи в текст, способную заменить клавиатуру при вводе больших объемов текста, пока не удалось. В настоящее время в мобильных устройствах применяются системы распознавания речи для реализации функции голосового управления.

Технологии синтеза речи по тексту в настоящее время обеспечивают достаточно понятное (для восприятия слушателем смысла) воспроизведение печатного текста. Есть возможность настраивать ряд параметров голоса «электронного диктора»: выбирать его пол (мужской или женский), менять высоту и тембр, варьировать темп речи. Однако, смысл текста, произносимого диктором-роботом из-за отсутствия ряда важных компонентов живой речи (изменения темпа, естественных пауз, правильного интонирования), усваивается хуже естественной речи.

Системы синтеза речи используются в системах обслуживания абонентов телефонных сетей, автоматизированных системах оповещения, в call-центрах и т.д. Кроме того, функции синтеза речи используются в некоторых портативных электронных устройствах, в частности в автомобильных GPS-навигаторах, в программах для чтения электронных книг (ридерах) и некоторых других. В частности, модуль синтеза речи был встроен в онлайновый переводчик Google, благодаря чему переведенное слово или фразу теперь можно не только прочитать, но и прослушать.

Существующие в настоящее время системы машинного перевода текстов с одного языка на другой позволяют понять общий смысл исходного фрагмента и дают хорошие результаты при работе со специализированными текстами небольшого объема: новостными сообщениями, деловыми письмами, спецификациями изделий и т.д.

Для получения хороших результатов в развитии систем автоматизированного перевода необходимо использование элементов искусственного интеллекта и статистических методов. В новых улучшенных системах автоматического перевода текстов предусмотрена возможность коррекции переведенного материала с применением огромной базы текстов, уже ранее переведенных людьми. Такие решения уже используются в онлайновых системах автоматического перевода.

Несколько лет назад российская компания ABBYY получила один из грантов фонда «Сколково» для финансирования проекта Natural Language Compiler (NLC), позднее переименованного в Compreno. Compreno представляет собой универсальную платформу искусственного интеллекта, служащую для анализа и извлечения нужной информации из большого массива документов на разных языках. На базе Compreno можно реализовать не только программы для автоматизированного перевода, но и системы, способные производить смысловой поиск по тексту, находить нужные факты в неструктурированных текстах, анализировать и классифицировать электронные документы. Работы над этой технологией были начаты в 1995 году и успешно продолжаются по сей день [4].

Так же давно (более 20 лет) ведутся работы по созданию эффективных алгоритмов распознавания рукописного текста. Специалисты различают в этих исследованиях два направления: распознавание по образу уже написанного текста или отсканированного оригинала и распознавание с учетом траектории движения пера (стилуса). Второй метод обеспечивает гораздо более высокую точность распознавания. Он используется в карманных и планшетных ПК, специальных приложениях для графических планшетов, а также в многочисленных мобильных устройствах, оснащенных сенсорными экранами. Работы в этой области ведут компании IBM, Microsoft, Paragon Software и др.

Одним из способов реализации интерфейса, который позволяет осуществлять ввод информации и управляющих команд в компьютер и иные устройства без использования клавиатуры и манипуляторов, являются системы распознавания жестов. В настоящее время получили распространение системы распознавания жестов по последовательности графических образов (Motion Recognition, Motion Control и т.п.), их работа базируется на анализе сигнала, считываемого с видеокамеры [2].

Существуют и более простые решения, которые подходят для малогабаритных портативных устройств: мобильных телефонов, фотоаппаратов, карманных цифровых медиаплее-

ров и т.п. Они базируются на использовании датчиков ускорения (акселерометров), установленных в корпусе устройства и фиксирующих его перемещение в пространстве.

Последнее время системы распознавания жестов на базе акселерометров применяются в ряде моделей мобильных телефонов Apple, Samsung, Nokia и других производителей [5].

А недавно появились модели цифровых фотоаппаратов и портативных медиапроигрывателей, имеющих возможность управления основными функциями путем наклона корпуса в разные стороны или его встряхивания.

Уже несколько лет корпорация Microsoft выпускает системы Kinect- первоначально, устройства ввода для игровых приставок XBox. Аппаратное оснащение Kinect включает пару цифровых видеокамер, микрофон, дальномер и мощный микропроцессор. Посредством видеокамер устройство в режиме реального времени отслеживает положение тела пользователя. Подключив систему Kinect к игровой приставке, можно управлять игровым процессом посредством движений, жестов и изменения позы. Программные средства NextStage обеспечивают отслеживание положения и поворота датчика Kinect в сценариях с поддержкой трехмерного пространства, что позволяет использовать датчик Kinect в качестве виртуальной камеры для производственной среды. А в розничной торговле возможности Kinect позволяют покупателям ознакомиться с товаром до совершения покупки, а продавцам обеспечивают более тесное взаимодействие с клиентами. В здравоохранении решения с поддержкой Kinect применяются в операционных, для проведения физиотерапии, для мониторинга состояния пациентов [6].

Несколько лет назад небольшая бельгийская компания SoftKinetic (в настоящее время принадлежит корпорации Sony) создала собственную программную платформу iisu (сокращение от фразы interface is U, которую можно перевести как «интерфейс - это вы»). Она может определять и отслеживать части тела пользователя, а также изменять форму, позу и движения пользователя к существующей физической модели и наоборот. Данное решение позволило реализовать бесконтактный интерфейс для управления бытовой техникой при помощи жестов, воспринимаемых стереоскопической видеокамерой [7].

Автоматизация процессов управленческой деятельности и принятия управленческих решений в формах, удобных для использования [8], потребует разработки и реализации инновационных информационных технологий для применения в управляющих системах нового поколения, соответствующих видам экономической деятельности организаций.

Список литературы

1. *Шляхтина С.* Полезные сервисы для работы с документами // 2012. http://compress.ru/article.aspx?id=22066

2. *Асмаков С., Елманова Н, Пахомов С.* Перспективные технологии: итоги и прогнозы // КомпьютерПресс. 2015. N 1. С. 2-27.

3. Центр речевых технологий. // 2016. http://www.speechpro.ru/

4. Compreno: технология понимания и анализа текстов на естественном языке // 2016. http://chrdk.ru/tech/compreno3.

5. Программы для Apple iPhone //2014. http://www.iphone-gps.ru/tag/akselerometr/

6. Представляем Kinect для Windows // 2016. https://developer.microsoft.com/ru-ru/windows/kinect

7. SoftKinetic // 2017. https://www.softkinetic.com/

8. *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. Кащеева, В.В. Зотова, И.В. Антоненко. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 285 с., с.188-194.

УДК 330.322

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ANALYSIS OF THE STRUCTURE AND DYNAMICS OF FOREIGN INVESTMENTS INTO THE NATIONAL ECONOMY OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Елена Николаевна Лебедева
Elena Nikolaevna Lebedeva

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь, Витебск
Vitebsk State Technological University, Belarus, Vitebsk
(e-mail: lebedevayelena@mail.ru)

Аннотация: Дается анализ характера динамики иностранных инвестиций в национальную экономику Республики Беларусь. Исследуются основные тенденции и причины снижения инвестиционной активности иностранных инвесторов. Формулируются направления повышения инвестиционной привлекательности белорусской экономики.

Abstract: The article analyzes the nature of the dynamics of foreign investment in the national economy of the Republic of Belarus. It examines the main trends and reasons for the decline in investment activity of foreign investors and formulates ways of increasing the investment attractiveness of the Belarusian economy.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, прямые инвестиции, портфельные инвестиции.

Keywords: foreign investments, direct investments, portfolio investments.

Иностранные инвестиции, как известно, являются важнейшим фактором экономического роста экономики страны, дополнительным источником капитальных вложений в национальное производство товаров и услуг, сопровождаемых передачей технологий, ноу-хау, новейших методов менеджмента и меняющих структуру, динамику развития экономики страны-реципиента.

Проблема привлечения иностранных инвестиций в белорусскую экономику существует многие десятилетия и продолжает сохранять свою научную и практическую значимость до настоящего времени. Анализ характера и причин динамики иностранных инвестиции в национальную экономику Республики Беларусь позволит выявить основные тенденции и проблемы в этой сфере, а также обозначить направления улучшения инвестиционного климата белорусской экономики в целом. Динамика иностранных инвестиций в экономику Беларуси представлена в табл. 1.

Как видно из таблицы высокий рост объема иностранный инвестиций в экономику Республики Беларусь наблюдался в 2011 году, однако в 2012 году произошел спад инвестиций в связи с ухудшением экономического состояния страны. В 2015 году эта тенденция закрепилась, что было связано с введением санкций Стран ЕС по отношению к России. В целом, снижение притока инвестиций обусловлено экономическим кризисом в Российской Федерации - основным торговым партнёром Беларуси. Если же говорить о структуре, то в 2015 году прямые инвестиции составили 63,8% всего объема иностранных инвестиций, прочие - 36,1% и портфельные всего 0,05%. Преобладание доли прямых инвестиций сохранилось и в 2016 г. В январе-ноябре 2016 года инвестиций в основной капитал использовано 15632,5 млн. рублей, что составило 80,8% к уровню января-ноября 2015 г. в сопоставимых ценах. Снижение темпа роста инвестиций в 2016 году связано, в первую очередь, с сокращением внутренних источников финансирования: средств консолидированного бюджета (оптимиза-

ция финансирования государственных программ), кредитных ресурсов (высокие процентные ставки по кредитам и закредитованность организаций).

Таблица 1. Объем иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь за 2011 – 2016гг. млн. долл. США

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Объем иностранных инвестиций, поступивших в реальный сектор экономики Республики Беларусь), млн. долларов США	18 878,6	14 329,8	14 974,3	15 084,4	11 344,2	8 559,8
в том числе:						
прямые	13 248,0	10 358,4	11 083,4	10 168,9	7 241,4	6 928,6
портфельные	2,3	23,4	12,2	10,6	5,1	2,8
прочие	5 628,3	3 948,0	3 878,7	4 904,9	4 097,7	1 628,5

Источник: [1].

Структура иностранных инвестиций представлена на рис .2. В 2016 году по сравнению с прошлым годом сократилась доля инвестиций в торговлю и возросла доля инвестиций в транспортную отрасль и промышленность соответственно на 12,7% и 5,2%. Основной объем инвестиций приходился на отрасли с небольшим сроком окупаемости, но большим объемом прибыли [2].

Технологическая структура инвестиций в основной капитал отражает использование большей части ресурсов (54,1%) на строительно-монтажные работы (83,4% к соответствующему уровню 2015 г.). Удельный вес затрат на приобретение машин, оборудования, транспортных средств в общем объеме инвестиций в основной капитал составил 33,9% или 76,7 % к уровню января - ноября 2015 г.

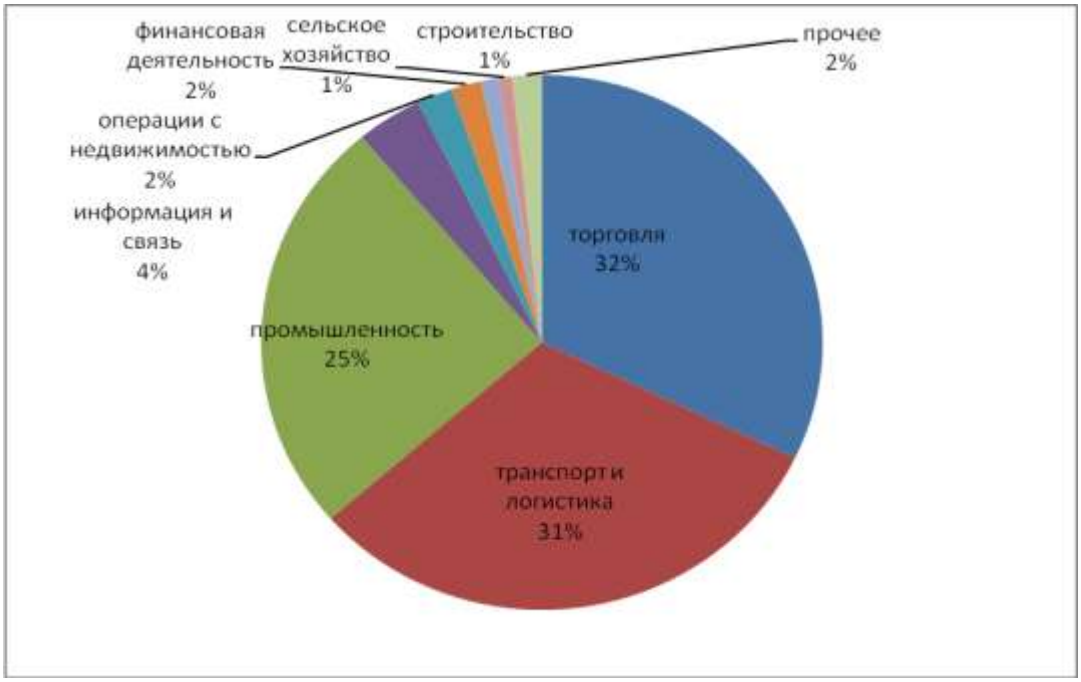

Рис. 1. Структура иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь в 2016 г.
Источник: разработано автором на основании 2

Основными странами – донорами прямых иностранных инвестиций в экономику республики в 2010-2015 годах являлись Россия (64 процента общего объема прямых иностранных инвестиций), Швейцария (19,7 %), Кипр (4,4 %), Германия (1,7 %), Великобритания (1,4 %), США (1,2 %) [3].

По данным Белстата, по состоянию на 1 января 2017 г. иностранными учредителями внесено 4,7 млрд. долл. в уставные фонды предприятий с иностранными инвестициями [3].

Значительный интерес у иностранных инвесторов в последние годы отмечается к банковской сфере, транспортной инфраструктуре, оптовой торговле промышленными и продовольственными товарами, пивоварению, производству строительных материалов, производству продуктов питания и фармацевтике.

Развитие интереса у иностранных инвесторов предполагает дальнейшее совершенствование инвестиционной привлекательности Республики Беларусь. Между тем, в процессе анализа были выявлены следующие негативные факторы, определяющие инвестиционный климат национальной экономики:

- негативная составляющая имиджа Беларуси как страны, неблагоприятной для бизнеса и инвестиций;
- дефицит доверия у стратегических иностранных инвесторов к органам государственного управления Беларуси;
- несоответствие белорусского законодательства международным нормам и стандартам в области бухгалтерского учета, аудита, банкротства и санации, распространения информации, прозрачности монетарной и фискальной политики;
- Беларусь не является членом ВТО, ОЭСР, не имеет долгосрочных стратегических партнерских отношений с ЕС и США.

В целях привлечения инвестиций и создания благоприятных экономических условий, снижения рисков и повышения доверия к инвестированию возможно проведение кратко и среднесрочной, а также долгосрочной стратегии реформировании ПИИ-политики.

Основные пути улучшения институциональных факторов (краткосрочная и среднесрочная политика):

- реформирование системы государственного регулирования экономики;
- осуществление дальнейшей либерализации экономики;
- реформирование инвестиционного законодательства для защиты иностранных инвестиций;
- реформирование судебно-арбитражной системы;
- формирование активной политики привлечения ПИИ в Республику Беларусь.

Основные пути улучшения экономических факторов (долгосрочная стратегия):

- совершенствование торговой политики и региональной интеграции (в том числе со странами Европейского союза);
- развитие инфраструктуры;
- развитие сектора страховых услуг и финансового сектора, что способствует реализации наиболее эффективных и прибыльных проектов;
- развитие консалтинговых и других деловых услуг;
- совершенствование корпоративного управления;
- развитие человеческого капитала (включая изучение иностранных языков) и др.

В заключении статьи следует отметить, что в настоящее время акценты в инвестиционной политике Республики Беларусь постепенно смещаются от преференциального режима к созданию универсальных общеэкономических условий, определяющих единые «правила игры» для национальных и иностранных инвесторов, в области лицензирования, внешнеэкономической деятельности и в отношении действия стабилизационных норм.

В настоящее время правительством с целью улучшения инвестиционного климата предпринимает ряд мер по организационно-информационному обеспечения инвестиционной деятельности иностранных инвесторов в республике. С цель увеличения объемов привлечения иностранных инвестиций и содействия реализации конкретных инвестиционных проектов создано РУП «Национальное инвестиционное агентство». Сформирована и постоянно

обновляется база данных инвестиционных проектов белорусских предприятий, заинтересованных в привлечении иностранных инвестиций.

Проводится работа по привлечению средств иностранных кредитных линий под гарантии Правительства Республики Беларусь, а также организационные мероприятия по получению Республикой Беларусь суверенного кредитного рейтинга. Все это должно сделать нашу страну привлекательным и, что самое главное, безопасным и выгодным местом для зарубежных капиталовложений.

Список литературы

1. Иностранные инвестиции в Республику Беларусь. Официальный сайт Национального статистического комитета // 2017. http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/finansy/godovye-dannye_14/inostrannye-investitsii-v-respubliku-belarus/

2. Объем иностранных инвестиций в реальный сектор Беларуси в I полугодии 2016 года сократился на USD 992,6 млн. или на 17,3% // 2017.http://doingbusiness.by/-obem-inostrannih-investicii-v-realnii-sektor-belarusi-v-i-polugodii-2016-goda-sokratilsya-na-usd-9926-mln-ili-na-173.

3. Иностранные инвестиции в 2016 году // 2017. http://www.belta.by /infographica/ view/ inostrannye -investitsii-v-2016-godu-4587

4. Lebedeva E.N., Lebedeva M.A. The problem of uneven regional development of the republic of Belarus // Proceedings of II International scientific conference “World Science in 2016: Results”. Morrisville, Lulu Press., 2017. PP 150-155.

УДК 677.074

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ХИМИЧЕСКИХ ВОЛОКОН И НИТЕЙ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ
THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE ENTERPRISES PRODUCING CHEMICAL FIBERS AND YARNS IN TERMS OF IMPORT

Анна Анатольевна Ларионова
Anna Anatolyevna Larionova

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

Аннотация: Рассмотрены некоторые показатели, характеризующие инвестиционную привлекательность предприятий по производству химических волокон и нитей. Проведенный анализ, позволил сделать прогноз о положительных тенденциях производства химических волокон и нитей. В статье акцентируется внимание на необходимости государственной поддержки производства химических волокон и нитей.

Abstract: Considered some indicators of the investment attractiveness of the enterprises producing chemical fibers and yarns. The analysis allowed to make a prediction about the positive trends in the production of chemical fibers and yarns. The article focuses on the need of the state support of production of chemical fibers and yarns..

Ключевые слова: химические волокна, импортозамещение, инвестиционная привлекательность, производство

Keywords: chemical fibers, import substitution, investment attractiveness, production.

Сохранившиеся предприятия химических волокон переживают сложные времена, что объясняется сокращением производства их продукции под влиянием объективных причин, связанных с дефицитом сырьевых ресурсов и высокой конкуренцией на мировом рынке [1; 2;4]. Актуальность рассматриваемых проблем состоит в том, что в условиях экономического кризиса и ухудшения внешнеэкономической ситуации, концепция импортозамещения становится одной из основных в развитии экономики Российской Федерации. В этих условиях внимание руководства страны переключается на отрасли, способные стимулировать внутренний спрос и оживить внутренний российский рынок товаров и услуг, поддержку инновационной и инвестиционной деятельности российских предприятий. Приказом Минпромтога России от 21 января 2016 г. №197 утвержден актуализированный План мероприятий по импортозамещению в отрасли химической промышленности, предусматривающий реализацию 12 новых проектов в сфере производства химических волокон и нитей .

Инвестиционная привлекательность в научной литературе определяется как совокупность финансово-экономических характеристик, определяющих оценку внешней среды, уровень позиционирования на рынке, потенциал полученного в конце результата[3].

В рамках данной статьи рассмотрим некоторые из характеристик, определяющие инвестиционную привлекательность предприятий по производству химических волокон.

На основе данных, представленных в табл.1 и табл. 2 проанализируем тенденции изменения объемов производства химических волокон и нитей за 2012-2017 гг.

Таблица 1. Динамика производства химических волокон и нитей за 2012-2016 гг.

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016
Химические волокна и нити, всего Тыс. тонн	139	153	155	157	173
Темп роста относительно предыдущего года, %	101,9	110,1	101,3	101,3	110,2

составлено и рассчитано автором на основании данных Россия в цифрах. 2017: Крат. стат.сб./Росстат- М., Р76 2017 - 511 с.

Анализ данных представленных в табл.1 показывает, что на протяжении 2010-2016 гг. в России наблюдался подъем производства синтетических волокон и нитей, в 2016 году их было произведено 173 тыс. тонн, что на 10 % выше объема производства предыдущего года.

Таблица 2. Производство химических волокон и нитей в 2017 гг.

	Январь-апрель 2017г.	Апрель 2017 г. в % к		Январь-апрель 2017г. в % к январю-апрелю 2016г.
		апрелю 2016г.	марту 2017г.	
Волокна химические, тыс.тонн	60,5	115,3	98,1	107,4

Положительная динамика производства химических волокон и нитей сохранялась в 2017 году. Так, по данным Росстата [5] за период январь-апрель 2017 года произведено 60,5 тыс. тонн химических волокон и нитей, что на 15,3% больше относительно аналогичного периода 2016 года. В апреле 2017 года относительно марта 2017 года отмечается снижение производства.

Эти данные позволяют предположить, что наметившаяся с 2012 года тенденция роста производства химических волокон и нитей в натуральном выражении сохранится и в дальнейшем.

Производство химических волокон и нитей в общей стоимости товарной продукции химического комплекса сегодня составляет около 1%. Россия импортирует все виды полимерных волокон и нитей, а объемы экспорта остаются незначительными. Удорожание импорта открывает реальные возможности развивать отечественное производство, в частности, более

выгодным становится выпуск полиэфирных волокон и других видов технического текстиля, спрос на который растет в России и за рубежом.

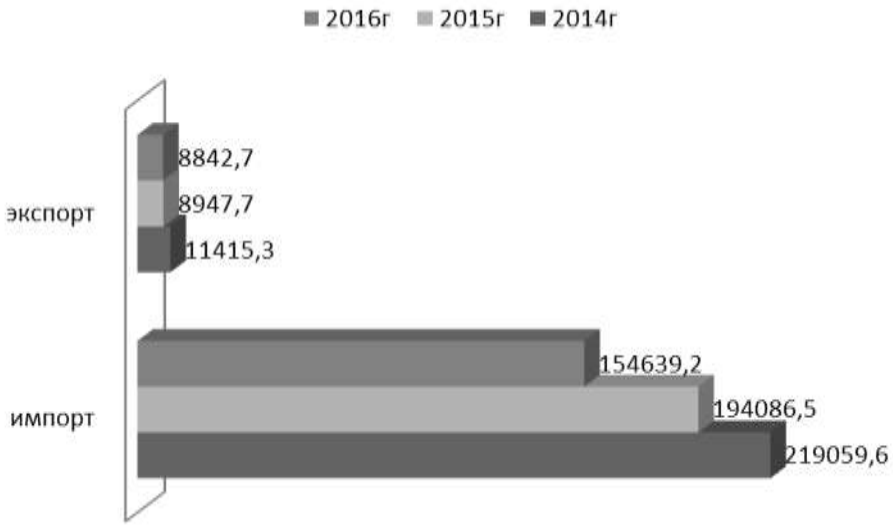

Рис. 1. Динамика экспорта-импорта по категории ТНВЭД 55-химические волокна за 2014 -2016 гг., тонн

Составлено авторам по данным таможенной статистики внешней торговли РФ (экспорт), (импорт)

Как видно из данных, представленных на рис.1, несмотря на рост экспорта химических волокон в 2016 году по сравнению с 2015 годом 27% , по отношению к объемам импорта продукции экспорт занимает всего лишь 5%. Сохранившиеся предприятия химических волокон переживают сложные времена, что объясняется сокращением производства их продукции под влиянием объективных причин, связанных с дефицитом сырьевых ресурсов и высокой конкуренцией на мировом рынке. Вместе с тем, экономические изменения, в частности, связанные с ограничением и удорожанием импорта, открывают реальные возможности развития производств химических волокон и нитей. В настоящие время уровень использования производственных мощностей предприятий по производству химических волокон и нитей (рис.2) составляет 60%.

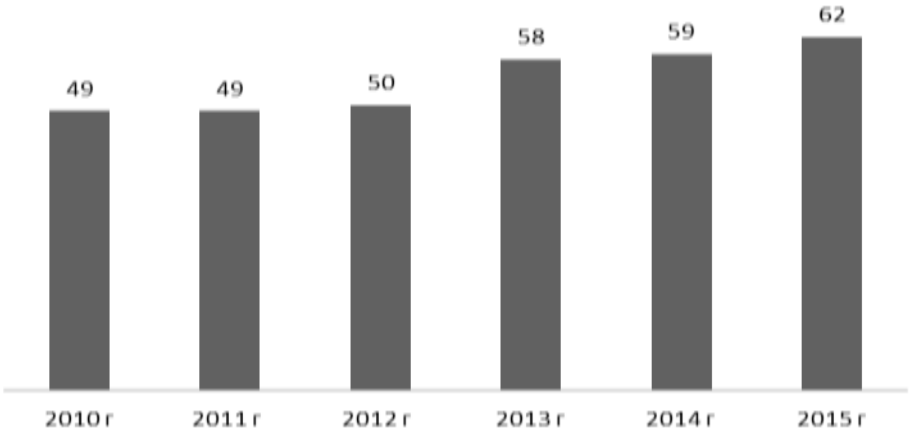

Рис. 2. Уровень использования предприятиями химических волокон и нитей среднегодовой производственной мощности за 2010-2015 гг., %

Составлено автором по данных Росстата
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/industrial/# (дата обращения 14.05.2017)

Сегодня основная масса действующих производств сильно устарела как физически, так и морально, и не только по своим технико-экономическим характеристикам серьезно уступает современным зарубежным технологиям, но даже не позволяет выдерживать заложенные в проект качественные показатели выпускаемой продукции вследствие крайне высокого физического износа оборудования [1;2].

Несмотря на наметившуюся положительную динамику основных финансово-экономических показателей в российских производствах химических волокон и нитей (объемы выпуска, загрузка мощностей, и т.д.), их общий уровень, включая физический и моральный износ оборудования, энергопотребление, производительность труда, себестоимость, диапазон ассортимента и качество готовой продукции, значительно уступает современным предприятиям за рубежом [1].

Предприятия химических волокон и нитей нуждаются в долгосрочных инвестициях, прежде всего, для реконструкции физически устаревших производств и техническому перевооружению по обновлению основных фондов. Без государственной финансовой поддержки руководителям и специалистам сложно реализовать инновационно-инвестиционные проекты и изменить в положительную сторону существующую ситуацию с низкой инвестиционной привлекательностью предприятий данной отрасли.

Список литературы

1. *Айзенштейн Э.М.* Российская промышленность химических волокон в 2015 году.// . Химические волокна. 2016. №5. С. 3-6.

2. *Айзенштейн Э.М., Клепиков Д.Н*. Химические волокна на мировом рынке в 2015 г.// Вестник химической промышленности № 4(91), 2016. – С. 6.

3. *Виноградская Н.А.* Особенности рейтинговой оценки инвестиционной привлекательности публичных компаний на основе интегрального показателя// В сборнике: Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития сборник научных трудов : к 110-летию профессора Теодора Борисовича Поляка. Министерство образования и науки РФ; Московский государственный университет дизайна и технологии. Москва, 2016. С. 13-19.

4. *Зотикова О.Н., Зотиков А.А*. Изменение выпуска химических волокон и нитей в зависимости от экономического состояния России.// Химические волокна. 2010. №5. С. 61-64.

5. Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03 /IssWWW.exe/Stg/d01/230.htm

УДК 657.421

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ
SOME QUESTIONS OF ACCOUNTING OF FIXED ASSETS

Светлана Петровна Ливадина
Svetlana Petrovna Livadina

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

Аннотация: Рассмотрены некоторые вопросы бухгалтерского и налогового учета основных средств, приведены некоторые причины возникновения временных разниц, связанные с различиями в бухгалтерском учете и учете для целей налога на прибыль основных средств.

Abstract: Some issues of accounting and tax accounting for fixed assets are considered, some reasons for the occurrence of temporary differences are presented, related to differences in accounting and accounting for profit tax purposes.

Ключевые слова: основные средства, амортизация, амортизационные группы, срок полезного использования.

Keywords: fixed assets, depreciation, group depreciation, useful life.

Основные средства составляют материальную основу и определяют производственную деятельность предприятия. В стоимости отдельных нефинансовых активов преобладают внеоборотные активы, на их долю приходится более 75% [1]. При этом степень износа основных фондов по видам экономической деятельности на конец 2015 года составляла 47,7% [1]. Проблема обновления и приобретения основных средств важна для всех отраслей. Поэтому вопросы методологии учета основных средств являются актуальными и значимыми, особенно это касается вновь приобретенных основных средств. В бухгалтерский и налоговый учет основных средств в 2017 году внесены изменения. Ранее действовала классификация основных средств разработана на базе Общероссийского классификатора основных фондов ОК 013-94. С 01 января 2017 года введен новый Общероссийский классификатор основных фондов ОК 013-2014 (СНС 2008). ОКОФ разработан на основе гармонизации с Системой национальных счетов (СНС 2008) Организации Объединенных Наций, Европейской комиссии, Организации экономического сотрудничества и развития, Международного валютного фонда и Группы Всемирного банка, а также с Общероссийским классификатором по видам экономической деятельности (ОКПД2) ОК 034-2014 (КПЕС 2008) [2]. В классификаторе дается определение основных фондов. Это произведенные активы, используемые неоднократно или постоянно в течение длительного периода времени, но не менее одного года, для производства товаров и оказания услуг.

Среди большинства групп основных фондов, выделенных в новом и старом ОКОФ, можно провести соответствие. Так например, группа 100 "Жилые здания и помещения" соответствует группе 13 "Жилища", группа 210 "Здания (кроме жилых)" – группе 11 "Здания (кроме жилых)", группа 220 "Сооружение" – группе 12 "Сооружение", группа 310 "Транспортные средства" – группе 15 "Средства транспортные". Однако, появились новые группы, ранее не выделяемые или не относимые к основным фондам: группа 400 "Системы вооружений", группа 600 - "Расходы на передачу прав собственности на непроизведенные активы", группа 700 - "Объекты интеллектуальной собственности".

Каждое предприятие, при разработке учетной политики, выбирает методы начисления амортизация и устанавливает сроки полезного использования основных средств. С 01 января 2017 года действует новая классификация основных средств, включаемых в амортизационные группы, основанная на новом ОКОФ [3]. Росстандарт подготовил приказ "Об утверждении прямого и обратного переходных ключей между редакциями ОК 013-94 и ОК 013-2014 (СНС 2008) Общероссийского классификатора основных фондов", который упрощает переход на новый Классификатор основных фондов [4]. У большинства объектов название осталось прежним, изменился только номер кода и название подгруппы. Однако есть объекты, которые переместились из одной амортизационной группы в другую.

Классификация амортизационных групп нужна для определения срока полезного использования. Как известно срок полезного использования устанавливается в пределах сроков, указанных для той амортизационной группы, в которую попадает объект согласно Классификации. Также в зависимости от амортизационной группы устанавливается размер амортизационной премии. До 2017 года, упомянутая выше классификация, использовалась как для бухгалтерского, так и налогового учета. Но с 01 января 2017 года из постановления Правительства №1 от 01.01.2002 исключен абзац 2 п.1 о возможности использования классификации для целей бухгалтерского учета.

Следовательно при установлении срока полезного использования основных средств для целей бухгалтерского учета необходимо опираться на правила ПБУ 6/01. В соответствии с которыми срок полезного использования объекта основных средств определяется "исходя из: ожидаемого срока использования этого объекта в соответствии с ожидаемой производительностью или мощностью; ожидаемого физического износа, зависящего от режима эксплуатации (количества смен), естественных условий и влияния агрессивной среды, системы проведения ремонта; нормативно-правовых и других ограничений использования этого объекта (например, срок аренды)" [5]. Если установленный срок не совпадет с возможным сроком, указанным в классификации, то в учете появляются временные разницы [6].

Есть еще одно изменение, также приводящее к возникновению временных разниц. С 01 января 2016 года амортизируемым имуществом в налоговом учете признаются объекты с первоначальной стоимостью более 100 000 руб. (п. 1 ст. 256 НК РФ) [7]. В бухгалтерском учете эту границу не пересматривали, стоимостной ценз для основных средств не изменился — свыше 40 000 руб. [5]. Рассмотрим порядок отражения возникающих налогооблагаемых и вычитаемых разниц в бухгалтерском учете в нескольких ситуациях [8].

Ситуация первая, связанная с различным порядком учета признания активов в бухгалтерском и налоговом учете. Предположим в январе 2016 года организация приобрела и ввела в эксплуатацию основное средство стоимостью 50 400 руб. (без НДС). Срок полезного использования установлен 2 года. Согласно учетной политике амортизация начисляется линейным способом в бухгалтерском учете и целей определения налога на прибыль.

В бухгалтерском учете ежемесячная амортизация составит 2 100 руб. (50 400 руб. : 24 мес.), которая будет отражаться в учете следующей проводкой:

Дебет счета 20 "Основное производство" Кредит счета 02 "Амортизация основных средств" – 2 100 руб.

Так как первоначальная стоимость объекта менее 100 000 руб., то данный объект не признается амортизируемым имуществом и целей определения налога на прибыль. В январе расходы в налоговом учете будут равны 50 400 руб. В январе возникает налогооблагаемая временная разница в размере 50 400 руб. Это приводит к образованию отложенного налогового обязательства на сумму 10 080 руб. (50 400 х 20%). Запишем это проводкой:

Дебет счета 68 "Расчеты по налогам и сборам" Кредит счета 77 "Отложенные налоговые обязательства" – 10 080 руб. – отражено образование отложенного налогового обязательства.

Далее в течение срока полезного использования основного средства расход в бухгалтерском учете будет больше, чем в налоговом. То есть ежемесячно происходит погашение налогооблагаемой временной разницы на 2 100 руб. А значит, уменьшается отложенное налоговое обязательство на 420 руб. (2100 х 20%), что отражается в учете проводкой:

Дебет счета 77 "Отложенные налоговые обязательства" Кредит счета 68 "Расчеты по налогам и сборам" – 420 руб. – отражено частичное погашение отложенного налогового обязательства.

Таким образом, за 2016 год для целей определения налога на прибыль будет учтено в расходах 50 400 руб., а в бухгалтерском учете 23 100 руб. (11 х 2 100 руб.). Разница составит 27 300 руб. За 2017 год в налоговом учете расходы будут отсутствовать, а в бухгалтерском учете составят 25 200 руб. (12 х 2 100 руб.). В январе 2018 года в бухгалтерских расходах будет учтено 2 100 руб. Таким образом за весь срок начисления амортизации в бухгалтерском учете будут отражены расходы в сумме 50400 руб. (23100 + 25200 + 2100).

Ситуация вторая, связанная с разными сроками начисления амортизации для целей бухгалтерского учета и определения налога на прибыль. В январе 2017 года организация приобрела и ввела в эксплуатацию основное средство стоимостью 108 000 руб. (без НДС), относящееся ко второй амортизационной группе. Срок полезного использования для налогового учета установлен 3 года, для целей бухгалтерского учета 2 года. Согласно учетной

политике амортизация начисляется линейным способом в бухгалтерском и налоговом учете.

В бухгалтерском учете ежемесячная амортизация составит 4 500 руб. (108 000 руб.: 24 мес.), которая будет отражаться в учете следующей проводкой:

Дебет счета 20 "Основное производство" Кредит счета 02 "Амортизация основных средств" – 4 500 руб.

В налоговом учете ежемесячная амортизация составит 3 000 руб. (108 000 руб. : 36 мес.). В феврале возникает вычитаемая временная разница в размере 1 500 руб. (4 500 - 3 000). Это приводит к образованию отложенного налогового актива на сумму 300 руб. (1 500 руб. х 20%). Запишем это:

Дебет счета 09 "Отложенные налоговые активы" Кредит счета 68 "Расчеты по налогам и сборам" – 300 руб. – отражен отложенный налоговый актив.

Далее в течение двух лет расход в бухгалтерском учете будет больше, чем в налоговом. Это приведет к накоплению отложенного налогового актива на сумму 7 200 руб. (300 руб. х 24). И только на третьем году расходы в налоговом учете будут больше, чем в бухгалтерском. Как следствие будет происходить уменьшение отложенного налогового актива ежемесячно на сумму 600 руб. (3 000 руб. х 20%), что будет отражено в бухгалтерском учете:

Дебет счета 68 "Расчеты по налогам и сборам" Кредит счета 09 "Отложенные налоговые активы" – 600 руб. – отражено частичное погашение отложенного налогового обязательства.

Это в итоге приведет к полному списанию временных разниц к концу третьего года эксплуатации объекта основного средства.

Проведенное исследование позволяет дополнить перечень причин возникновения вычитаемых и налогооблагаемых разниц, приведенный в ПБУ 18/02 [6]. Разницы образуются в результате:

- установления различных сроков полезного использования основных средств для целей бухгалтерского учета и целей определения налога на прибыль;
- установления различной стоимостной границы амортизируемого имущества для целей бухгалтерского учета и целей определения налога на прибыль;
- установления различной первоначальной стоимости амортизируемого имущества для целей бухгалтерского учета и целей определения налога на прибыль.

В заключении статьи следует отметить, что новые принятые нормативные документы способствуют увеличению разницы между бухгалтерским и налоговым учетом.

Список литературы

1. Российский статистический ежегодник. 2016: Стат.сб./Росстат. - М., 2016. – 725 с.
2. Приказ Росстандарта от 12.12.2014 N 2018-ст "О принятии и введении в действие Общероссийского классификатора основных фондов (ОКОФ) ОК 013-2014 (СНС 2008)"
3. Постановление Правительства РФ от 01.01.2002 N 1 "О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы"
4. Приказ Росстандарта от 21.04.2016 № 458 "Об утверждении прямого и обратного переходных ключей между редакциями ОК 013-94 и ОК 013-2014 (СНС 2008) Общероссийского классификатора основных фондов"
5. ПБУ 6/01 "Учет основных средств"
6. ПБУ 18/02 "Учет расчетов по налогу на прибыль организаций"
7. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 №117-ФЗ, принят ГД ФС РФ 19.07.2000
8. *Ливадина С.П.* Учет основных средств. Проблемы начисления амортизации./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. 173-180.

УДК 338.2

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ, ТВОРЧЕСКОЙ И НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

FORMATION OF STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF INNOVATIVE, CREATIVE AND SCIENTIFIC ACTIVITY OF STUDENTS IN EDUCATIONAL ORGANIZATION OF HIGHER EDUCATION

Ольга Сергеевна Оленева, Ирина Викторовна Рыбаулина, Николай Геннадьевич Мошкало
Olga Sergeevna Oleneva, Irina Viktorovna Rybaulina, Nikolai Gennadievich Moshkalo

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: osolen@staff.msta.ac.ru; irina_rybaulina@mail.ru; vankypir@rambler.ru)

Аннотация: В последнее время вопросы стратегического планирования приобретают все большее значения в условиях усиливающейся конкуренции на рынке. В полной мере это относится и к сфере высшего образования, в том числе и к политике университетов в области научной, инновационной и творческой деятельности обучающихся.

Abstract: Recently, strategic planning issues are become more important in the face of increasing competition in the market. This fully applies to the sphere of higher education, including the policy of universities in the field of scientific, innovative and creative activity of students.

Ключевые слова: стратегия, планирование, обучающиеся, научная деятельность, творческая деятельность, инновационная деятельность.

Keywords: strategy, planning, students, scientific activity, creative activity, innovative activity.

Теория стратегического планирования организационной деятельности говорит о зависимости стратегии от различных факторов, таких как уровень развития научно-исследовательской работы студентов, уровень применяемых технологий, поведенческие и межличностные проблемы и др. В современных условиях формирования образовательной среды на первое место выходят задачи по организации практико-ориентированных мероприятий для студенческой молодежи [1].

Этапами формирования стратегии Инновационной, творческой и научной деятельности обучающихся (далее ИТНИДО) являются:

1. Определение цели ИТНИДО в современном университете.

2. Анализ внешних и внутренних факторов, определяющих потенциал развития молодежной науки.

3. SWOT-анализ существующего положения и выбор стратегии развития ИТНИДО.

На первом этапе требуется проведение подробного анализа всех факторов, определяющих внешнюю и внутреннюю среду высшего учебного заведения с позиций научно-исследовательской работы студентов, используя существующие методы. При использовании ситуационного анализа в образовательной сфере требуется постепенное (пошаговое) изучение элементов внешней и внутренней среды научно-исследовательской работы студентов и оценка воздействия этих элементов на научные и образовательные возможности учебного

заведения. Ситуационной анализ внешней среды заключается в оценке информации о научной работе студентов в целом (материалы Студенческого научной общества, Союза молодых ученых и других молодежных научных сообществ), законодательного и правового пространства. Внутренний ситуационный анализ может рассматривать как оценку ресурсов системы ИТНИДО высшего учебного заведения, то есть оценку ситуации, сложившейся на конкретный период времени. STEP-анализ – это анализ ключевых элементов системы ИТНИДО в условиях макросреды. К ним относится оценка показателей функционирования высшего учебного заведения и сравнения их с аналогичными показателями других вузов. [2]. К факторам, характеризующим макросреду научно-исследовательской работы можно отнести:

- экономические;
- политические;
- экологические;
- этические;
- правовые;
- технико-экономические.

SWOT- анализ заключается в определении сильных и слабых сторон ИТНИДО в вузе и соотношение их с «возможностями» и «угрозами» со стороны [3].

При анализе сильных и слабых сторон всей инновационной научной работы студентов требуется выяснить внутренне состояние, изучить опыт прошлых периодов работы.

При оценке «возможностей» и «угроз» выявляют благоприятные и неблагоприятные внешние условия, независящие от высшего учебного заведения.

При использовании SWOT- анализа были применены:

- ситуационный анализ, включая кабинетные и полевые исследования;
- разработка аналитической карты с использованием рейтинговой оценки;
- оценка сильных и слабых сторон.

К сильным сторонам (возможностям) можно отнести, например, наличие большого опыта руководства научной работой студентов; устойчивые связи с другими вузами и организациями и пр. К слабым сторонам (угрозам) сегодня, в первую очередь, относится наличие финансовой составляющей (оплаты) многих молодежных научных мероприятий.

При использовании GAP-анализа требуется сравнить реальный уровень развития ИТНИДО с желаемым.

Используя вышеперечисленные методы анализа мы можем говорить о формировании потенциала инновационной, творческой и научной деятельности обучающихся, используя следующие виды стратегического развития (согласно общепринятой теории стратегического планирования): стратегии роста; стратегии конкуренции; стратегии адаптации.

Очевидно, что именно эти виды могут быть использованы нами при разработке стратегии ИТНИДО. В отличие от теории маркетинга нами предлагается следующая дефиниция стратегий развития ИТНИДО.

Стратегия роста предусматривает усиление позиций научно-исследовательской работы студентов; поиск новых сфер применения результатов инновационной, творческой и научно-исследовательской деятельности обучающихся; расширение круга мероприятий ИТНИДО.

Стратегия конкуренции заключается в создании конкурентных преимуществ за счет позиционирования вуза во внешней среде.

Стратегия адаптации заключается в сохранении уровня развития научно-исследовательской работы студентов, однако способная быстро реагировать на возникающие возмущения.

Проводимый регулярно SWOT-анализ позволил выделить основные проблемы ИТНИДО в высшем учебном заведении:

1. Научно-исследовательская работа студентов остается часто в позиции вторичной подсистемы по отношению к учебному процессу.

2. Возможно отсутствие взаимодействия между молодежными студенческими сообществами и административным ресурсом вуза.

3. Разнонаправленность целей ИТНИДО и других подразделений университета.

4. Отсутствие или недостаток мотивации у руководителей, организаторов ИТНИДО.

5. Низкий уровень информированности о возможных научных студенческих мероприятиях.

6. Отсутствие или недостаток организованных отношений и технологии работы между участниками ИТНИДО на различных уровнях.

7. Ориентация деятельности структурных подразделений вуза только на наращивание показателей ИТНИДО без учета общих целей вуза.

С учетом вышеперечисленного классификатора проблем инновационной, творческой и научно-исследовательской деятельности обучающихся и на основе проводимого мониторинга нами предлагается общая структура концепции развития ИТНИДО и требования, которым она должна удовлетворять.

Предлагаемая концепция развития ИТНИДО должна способствовать повышению эффективности научных исследований студентов, развитию творческих способностей учащихся, усилению роли мероприятий ИТНИДО при подготовке востребованного на рынке специалиста, совершенствованию образовательной политики вуза.

Разрабатываемый документ дает представление о достигнутом уровне организации научной студенческой деятельности и о наличии тех или иных проблем.

Основой концепции развития ИТНИДО высшего учебного заведения являются данные мониторинга результативности научной студенческой работы за прошлые периоды, устав высшего учебного заведения.

Содержание концепции развития ИТНИДО:

1. Дефиниция инновационной, творческой и научно-исследовательской деятельности студентов.

2. Определение и структура инновационной, творческой и научно-исследовательской деятельности студентов.

3. Основные факторы, определяющие уровень инновационной, творческой и научно-исследовательской деятельности студентов.

4. Взаимосвязь элементов ИТНИДО.

5. Система показателей ИТНИДО.

6. Методика оценки результативности ИТНИДО.

Использовать предлагаемый документ можно в образовательной деятельности университета, а также вышестоящими организациями при проведении рейтинговой оценки вузов.

Список литературы

1. *Балыхин М.Г., Генералова А.В., Оленева О.С.* Инновационное практико-ориентированное образование как ключевой фактор эволюционного развития национальной легкой промышленности // «Дизайн и технология». 2014. № 43 (85). С.107-115

2. *Балыхин М.Г., Грибов Д.Е., Анисимов В.М., Оленева О.С.* Повышение познавательной активности обучающихся в современном университете // «Дизайн и технологии». 2015. № 48 (90). С. 112-116

3. *Балыхин М.Г., Малицкий Г.В., Рыбаулина И.В., Мошкало Н.Г.* Роль формирования системы мониторинга достижений обучающегося в подготовке инновационно-ориентированного специалиста // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2015. № 4 (358). С. 165-168.

УДК: 338.22

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ
ECONOMIC OPPORTUNITIES OF SMALL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS IMPLEMENTATION OF IMPORT SUBSTITUTION POLICY

Маргарита Владимировна Тебенихина
Margarita Vladimirovna Tebenikhina

ООО АКФ «АУДИТ И КОНСАЛТИНГ», Россия, Москва
ACF LLC «AUDIT AND CONSULTING», Russia, Moscow
(e-mail: mvt-audit@mail.ru)

Аннотация: рассмотрены возможные ответы на ряд ключевых вопросов реализации политики импортозамещения.
Abstract: the possible answers to a number of key issues on the implementation of the import substitution policy are considered.
Ключевые слова: конкуренция, малое предпринимательство, субсидии
Keywords: competition, small business, subsidies

Для реализации огромного потенциала нашего общества необходимы условия. И как показывает практика сегодняшнего дня, когда спрос рождает предложение, в отсутствии импортных товаров есть все возможности найти им замещение, используя внутренние резервы и ресурсы, в первую очередь человеческий капитал.

Информационные и компьютерные технологии, глобализация экономической активности и тенденции к большей индивидуальной ответственности и автономии изменили требования к обучению и получению навыков. Недоиспользование, разрушение накопленного человеческого капитала, отсутствие новых направлений его развития создают серьезные опасения, что российская экономика может утратить один из перспективнейших источников экономического прогресса.

Как говорит к.э.н. Шумахов Р.В. в своей статье «Человеческий капитал как фактор экономического роста» [1]: «В настоящее время конкурентные преимущества экономики и возможности ее модернизации в значительной степени определяются накопленным и реализованным человеческим капиталом. Именно люди с их образованием, квалификацией и опытом определяют границы и возможности технологической, экономической и социальной модернизации общества». Однако наличие вышесказанного должно иметь возможности для практического приложения применения знаний и умений.

Человеческий капитал можно считать главным фактором формирования и развития инновационной экономики в современных условиях экономической ситуации нашей страны. Активность населения, позитивный настрой и желание творить дает надежду на повышение производительности труда и рост ВВП в целом. Можно смело говорить, что именно человеческий капитал в широком смысле – это интенсивный производительный фактор экономического развития страны, развития общества и семьи, включающий трудоспособную и образованную часть ресурсов индивидов, их знания, интеллектуальный и управленческий труд, среду обитания и трудовой деятельности.

Малые предприятия (МП) – это форма реализации и самовыражения, активности и принятия на себя риска единицей или совокупностью единиц человеческого капитала. Создание малых предприятий дает занятость населению, реализацию творческого потенциала по

разработке новых форм товаров и услуг, не уступающих по качественным свойствам аналогам иностранных производителей.

Наличие человеческих ресурсов для реализации их способностей требует наличия современного и качественного оборудования, материалов, транспортировки сырья и готовой продукции, средств связи и ответственности каждого перед контрагентами. Могут ли МП делать качественные дороги в своём регионе или это под силу только крупным компаниям? Могут ли МП делать качественное сырье (мясо, молоко, зерно, крахмал, шерсть и лён, и т.д.) и из него качественные товары (карбонат и буженину, сыр и масло, хлеб и выпечку, кисели и фруктовые напитки, одежду и постельные принадлежности, товары повседневного спроса и одежду для людей с ограниченными возможностями и т.д.)? Могут ли МП реализовать товары и услуги, доступные потребителю по местонахождению и цене? Могут! Был бы спрос и доступная цена.

Уровень социально-экономического развития России позволяет разрешить задачи развития общества, наращивания интеллектуального потенциала, модернизации экономики, достижения высокого технологического уровня производства, повышения на основе обновлённой производственной базы и социальной ориентации экономики качества жизни, продвижения по пути формирования информационно-индустриального общества. В истории уже есть пример тому – экономика нашей страны и человеческие ресурсы в период с 1917 года до 1961 года, от неграмотности до полёта в космос. Изменения экономических и социальных условий придаёт знаниям и умениям – центральное значение в достижении экономического успеха, как для отдельных личностей, так и для стран и народов. Ключевая роль знаний и компетенций в обеспечении экономического роста имеет широкое признание экономистов и политиков. Чтобы обеспечить опережающее развитие человеческого капитала в соответствии с современными реалиями, необходимо отказаться от пассивной политики.

На сегодня мы имеем основополагающие документы по решению вопросов импортозамещения: Программа Правительства по импортозамещению, новая редакция Государственной программы № 320 «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности», и ряд других законодательных актов, целью которых является более четкое позиционирование роли государства в процессе импортозамещения, в которых речь идет о возможностях решения задач в основном крупными предприятиями в масштабах страны.

Необходима стратегия развития, опирающаяся на модель социального рыночного хозяйства, а не только финансовые программы помощи малому предпринимательству. Достижения человеческого разума, интеллектуализация производства на современном этапе диктуют необходимость пересмотра принципов коммерции. Основой благополучия малого бизнеса будут такие понятия как честь и честность по отношению к потребителю товаров и услуг. А внутренними резервами их процветания, в первую очередь, будут дисциплина и качество.

Репутация в качестве лучшей рекламы являлась столетиями в России показателем доверия покупателей и не затратами, а инвестицией на продолжительный срок. Имя компании как долг и ответственность за исполнение обязательств на высоком уровне, а не присвоенный Знак качества, давало надежность потребителю и вызывало его доверие. Гордость хозяев и работников за качество и было корпоративной политикой.

Повышение престижа предпринимательской деятельности в средствах массовой информации, стимулирование вовлечения в бизнес большего количества молодых людей, развитие рынка, создание конкуренции и обеспечение самозанятости не далеко от дома дает не только снятие социальной напряженности и снижение количества незанятых работой людей, но и обеспечивает им средства существования и веру в себя и в будущее.

Однако нужно понимать, что небольшие предприятия объективно находятся в невыгодных конкурентных условиях на рынке по сравнению с крупными компаниями. Мало у кого имеются собственные производственные и торговые площади, производство слабо ме-

ханизировано и мелкосерийного типа, используется ручной труд и низкоквалифицированная рабочая сила, что дает большие издержки и себестоимость продукции. Малые предприятия часто испытывают сложности с получением кредитов, накоплением значительных средств для переоборудования производства, совершенствования техники и технологии, для подготовки кадров. Их возможности в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке бизнес-планов, информационном обеспечении так же не велики.

Субсидии на развитие малого бизнеса – это реальная поддержка начинающих бизнесменов. На сегодняшний день работают несколько структур, куда можно обратиться, зная алгоритм действий получения субсидий: Департамент науки, промышленной политики и предпринимательства; Агентство инноваций г. Москвы. ГБУ «Малый бизнес Москвы»; Российская Венчурная компания; Фонд развития интернет-инициатив.

У государства есть идеи поддержки малого предпринимательства в вопросах реализации политики импортозамещения. «Наши предприятия должны работать в условиях здоровой конкуренции, чтобы производимые ими товары не проигрывали по качеству и технологичности западным образцам» - говорит – первый заместитель Министра промышленности и торговли России Глеб Никитин.

У бизнеса тоже позитивный настрой: «Будем ли в разумной степени будем пытаться сохранить то, что выстраивали более 20 лет? Не замкнёмся на одном лишь импортозамещении, а будем развивать национальную экономику, в том числе с ориентацией на экспорт не только энергоносителей? И всё же останемся, несмотря на известные сложности, активно включёнными в мировую экономику?» - говорит Алексей Кондратьев, к.ю.н., управляющий директор ИК «Промышленные инвестиционные решения».

Однако конкурировать малым предприятиям с корпорациями невозможно, да и не нужно. На «каждом этаже» свой потребитель, а дело остается за малым – смелостью и честью предпринимателей, и пониманием значимости и реальной поддержкой государством малого бизнеса для создания, так называемого, среднего класса в стране.

Список литературы

1. http://www.jurnal.org/articles/2009/ekon8.html

УДК 330

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И УПРАВЛЕНЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ДИЗАЙНА
INNOVATIVE MECHANISMS OF IMPROVING EFFICIENCY OF ECONOMIC AND MANAGEMENT ASPECTS OF DESIGN

Валерий Павлович Титов
Valery Pavlovich Titov

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

Аннотация: Рассмотрены новые подходы к оценке возможностей обновления экономических и управленческих аспектов дизайнерской деятельности в современных условиях развития основных сфер дизайна.

Abstract: New approaches to the assessment of the possibilities of updating the economic and managerial aspects of design activity in modern conditions of development of the main design areas are considered.

Ключевые слова: дизайн, экономика, менеджмент, инновации.
Keywords: design, economics, management, innovation.

Дизайн является сравнительно новым направлением в развитии культуры индустриального, а затем и постиндустриального общества, основанного на экономическом росте и развитии, высокой технизации труда на современных промышленных предприятиях, повышении уровня инновационных методов менеджмента и маркетинга.

Важнейшими социально-экономическими основаниями и условиями развития дизайна становятся новый уровень развития производства, характер социально-экономических отношений, материальное благосостояние общества. Сложность процессов экономической и социальной детерминации дизайна проявляется в том, что связь между общественными и экономическими условиями и дизайном нелинейна, многообразна, исторически конкретна. Однако именно экономика определяет структуру общества, различные надстроечные образования, а в рамках этой системы проявляется детерминирующее влияние общественных отношений на дизайн.

Необходимость анализа инновационного потенциала феномена дизайна в контексте экономики и менеджмента вызвана важностью осмысления переломного момента в практике российского дизайна, связанного с выходом отечественного дизайна в сферу рыночной экономики.

Процессы глобализации, увеличение информационных потоков, совершенствование компьютерных технологий, синтез графического дизайна и интерактивного пространства, диктующий новые условия подачи информации и работы с ней, определили массовую потребность применения, например, визуальных знаков коммуникации в интерактивной среде. На сегодняшний день остро проявляется необходимость в выявлении концептуальных, функциональных, художественно-графических особенностей проектирования данных знаков, изучения влияния на них технических возможностей и ограничений интерактивной среды, определения перспектив их развития и использования.

В обществе потребления характерной чертой дизайна является многообразие видов соотношения пользы и красоты от стайлинга (приоритет модной формы) до функционализма (приоритет назначения вещи), что обусловлено в конечном итоге «грубой практической потребностью» сбыта вещей в рыночных условиях.

Дизайн как проектная деятельность откликается на актуальные проблемы современности: экономические, политические, социокультурные, в том числе на поиск инновационных путей решения проблемы взаимодействия общества и природы [5, с. 92-93].

Дизайн является межпредметной деятельностью, интегрирует материальную и художественную культуру, содержит в себе научно-техническую, эстетическую и мировоззренческую составляющие, обеспечивает утилитарные и духовные потребности общества. Дизайн стал глобальным феноменом современности, является одним из основных проявлений проектной культуры, охватывает всю предметно-пространственную среду обитания человека, «вторую природу». Присутствуя в повседневной жизни как материальная составляющая бытия и неотъемлемая часть массовой культуры, дизайн все более ощутимо воздействует при этом на общественно-политические, экономические и производственные процессы, социокультурные коммуникации [7;8].

Дизайн-проектирование влияет на производство и технологии, на качество и экологические характеристики искусственной среды, формирует ориентиры экономических и эстетических предпочтений, вкус, культуру потребления, ценностные и мировоззренческие установки в обществе, в конечном счете - культурные парадигмы, модели поведения.

Таким образом, современная дизайнерская деятельность характеризуется учетом комплекса факторов: во-первых, обусловленностью проектирования, направленностью на удовлетворение утилитарных запросов, во-вторых, жесткой заданностью производственно-

экономических условий, в-третьих, необходимостью обеспечения коммерческого успеха при реализации продуктов производства.

В современном мире процессы развития научно-технического прогресса сталкиваются с необходимостью принципиального изменения взаимоотношений техники и человека, поскольку необходимо не только обеспечивать приспособление машины к человеку, но и активно формировать способности самого человека применительно к развитию техники. Данная проблема решается в рамках инженерной психологии и эргономики с использованием возможностей и достижений дизайна. Информационная революция радикально отличается от предшествовавших социотехнологических революций тем, что она одновременно ведет к глубоким переменам и в производстве, и в социально-экономических структурах, и в духовно-культурной жизни.

Ее специфика заключается в том, что с помощью объединяемых ею аппаратных и программных средств могут быть изменены не только процессы материального производства, но и процессы интеллектуальной, духовной деятельности.

Информационная революция позволяет с помощью современных технологий радикально преобразовать духовно-художественную деятельность современного человека. В связи с этим для новейших исследований дизайна характерно смягчение технократического радикализма путем привнесения антропологического элемента, что предполагает наделение дизайна онтологической сверхценностью.

Таким образом, с середины XX века наблюдается возрастающее стремление обратиться к дизайну как таковому, без попыток вывести знание о нем через отождествление с искусством или с техническим проектированием.

В 1968 г Герберт Саймон определил дизайн как ядро любой профессиональной деятельности, что выводило дизайн из сферы производства, распределения и потребления и создавало предпосылки его рассмотрения в социокультурном контексте. На социальный смысл дизайна указывал Чарлз Миллс, рассуждая о проблеме идеала дизайнеров. По его оценке, дизайнеры не могут нормально осмыслить свои позиции и сформулировать свое кредо без осмысления как культурных, так и экономических тенденций и процесса формирования целостного общества, в котором все происходит.

Определенная трудность идентификации современного дизайна в контексте экономических и управленческих отношений связана с его так называемой «невыводимостью» и «вненаходимостью». Вся история и анализ содержания исследований практики дизайна показывает, что его всегда искали на границе сакрального и профанного, искусства и техники, богатства и бедности.

Современное изучение проблем дизайна как целостного экономико-социо-культурного феномена предполагает разноплановый характер исследования, то есть подчас оно должно быть отстранено от конкретных проявлений и результатов дизайна. В этой связи пограничность феномена дизайна указывает на необходимость широкого экономического и социокультурного анализа, основанного на связи с историческими типами хозяйственной деятельности и рациональности.

Действительно, дизайн как определенный способ отношения человека с вещью имеет свою многовековую историю. Традиционно дизайн понимается как художественно-техническое проектирование каких-либо объектов или проектирование эстетических свойств промышленных изделий. Однако на этапе становления современного дизайна, когда возросла значимость рыночных отношений, основанных на приоритете потребительских ценностей в обществе, внимание акцентируется на активном внедрении в различные области жизни новых продуктов индустриального и постиндустриального производства, отказе от декоративности в пользу функциональности.

Таким образом, обновляющийся дизайн проникает в жизнь, экономику и культуру как принципиально новая сфера творчества, он противопоставляет себя традиционной художест-

венной культуре как специфический вид проектирования утилитарных изделий массового производства: удобных, надежных и красивых.

Как известно, по мнению экспертов по теории и истории дизайна, а также по новым сферам его развития, идеологию промышленного (индустриального) дизайна наиболее ярко иллюстрирует период развития коммерческого дизайна США (1920–1930 годы), где дизайн рассматривался как инструмент коммерческой борьбы. Наряду с новыми технологиями, оригинальными инженерными решениями, организационными нововведениями дизайн стал неотъемлемым фактором повышения конкурентоспособности промышленной продукции и новых видов услуг.

Классик теории российского дизайна Вячеслав Леонидович Глазычев предложил следующее определение для «западного» дизайна тех лет: «Дизайн – форма организованности (служба) художественно-проектной деятельности, производящая потребительскую ценность продуктов материального и духовного массового потребления» [1, с. 183]. Далее он делает вывод, что «продукт дизайна в своем функционировании способствует всеобщей конформизации массового сознания, активно формирует потребительский идеал как высшую ценность» [1, с. 297].

В данном контексте важно также отметить, что Генри Дрейфус (Henry Dreyfuss, 1904–1972 гг.), американский промышленный дизайнер, подчеркивал, что проектирование для современного производства должно обеспечить функциональность и безопасность, понятность, простоту и удобство обслуживания предмета, низкие затраты на его производство и одновременно – выразительность, информативность, понятность назначения и целостный привлекательный внешний вид для потребителя . Инженерное и рациональное в дизайне, отмечал Дрейфус, должно органично сочетаться с пониманием нужд потребителей, откликаться на изменения стиля жизни.

Безусловно, антропоцентрическая нацеленность дизайна для настоящего времени является ведущей и все более многообразной. Она выражается в стремлении учитывать возможности, потребности, запросы, предпочтения людей, что воплощается в утилитарно-технических и эстетических свойствах произведений дизайна.

Однако, пока еще сравнительно редко можно встретить среди расширяющегося спектра задач дизайна укрепление глобальной устойчивости экономического развития и защиту окружающей среды, хотя еще в 1971 г. в книге «Дизайн для реального мира» Виктор Папанек (Victor Papanek, 1927–1998 гг.) утверждал, что в настоящее время невозможен и неприемлем дизайн, не связанный с социологическими, психологическими аспектами и экологией окружения. «Дизайн – это сознательные и интуитивные усилия по созданию значимого порядка», – писал он [6, с. 219]. В. Папанек также обращал внимание, что основная задача общества заключается уже не только в производстве товаров. Делая выбор в вопросах организации экономической деятельности современного человечества, необходимо задаваться вопросом «насколько полезно?», а не просто «сколько?» «Нравственные, эстетические и этические ценности будут меняться вместе с ситуациями, к которым они применяются. Может быть, мы все еще считаем, что религия, секс, нравственность, структура семьи или медицинские исследования далеки от дизайна? Но расстояние между ними быстро сокращается. Дизайнер может и должен быть полностью вовлечен в круговорот этих изменений», призывал В. Папанек [6, с. 308].

Такие актуальные и инновационные направления развития современного дизайна как моделирование поведения людей и программирование идеи потребления выделяет среди возможностей развития дизайнерской деятельности итальянский дизайнер японского происхождения Исао Хосоэ (Isao Hosoe, р. 1942 г.). Он считает, что у современного дизайна не может быть даже четкого определения – это и метод открытия чего-то несуществующего, и поиск скрытых инновационных направлений человеческой деятельности, в том числе в сфере экономики.

Характерно также отметить, что, например, объединение естественной и антропогенной среды позволяет создавать принципиально новые и уникальные динамические формы, напоминающие движение воды и воздуха, кораллы или дюны, что стало отличительной особенностью нестандартного и оригинального дизайна Захи Хадид (Zaha Hadid, 1950-2016 гг.), британского архитектора и дизайнера арабского (иракского) происхождения [10]. Она является одним из лидеров деконструктивизма в пионерских исследованиях возможностей конструкций и образов. В своих архитектурных и дизайн-проектах она чрезвычайно успешно находит гармонию между архитектурой и ландшафтом.

Следует также отметить, что преодолеть чрезмерную сложность технологий и процессов дизайна, упростить и облегчить жизнь человека предлагает американский дизайнер японского происхождения, профессор Массачусетского технологического института Джон Маэда (John Maeda, р. 1966 г.) Будучи специалистом в области графического дизайна и компьютерных технологий, он в своих известных десяти «Законах простоты» (2006 г.) определяет для потребителя, привыкшего к современному комфортному образу жизни, грань между простотой и необходимым комфортом, сочетает японскую традиционную бережливость и уважение к вещам и западный потребительский стиль жизни и прагматизм, указывает критерии и методы достижения гармоничного баланса экономических и эстетических ценностей. «Великое искусство заставляет задуматься, великий дизайн делает все ясным», пишет Маэда [3].

Итак, современный дизайн – это деятельность для будущего, это сознательный, целенаправленный, свободно избираемый по целям и средствам способ «опредмечивания» человеческих замыслов, материальных и духовных потребностей.

Как явление, включенное во все процессы повседневности, как форма проектной культуры и коммуникации дизайн является мощным катализатором инновационных идей, концепций, технологий и методологий в самых различных сферах и областях материальной и духовной культуры современного общества.

Дизайн-проектирование охватывает фактически всю предметно-пространственную среду обитания человека, объединяет в себе научно-технический подход, индустриально-технологическую, художественно-образную и философскую составляющую. В уровне прогрессивности проектных инновационных предложений современный дизайнер должен и может предвосхищать запросы и идеалы общества, тенденции развития экономической деятельности от производства наиболее важных товаров и услуг и до тенденций развития индустрии моды [1;2;6; 8;10].

Таким образом, сфера инновационного дизайна включает в себя все более широкий диапазон вопросов проектирования, формообразующей художественно-эстетической деятельности и промышленного производства, охватывающих все области человеческой жизнедеятельности, ее экономические, культурные, нравственные и социальные аспекты, но, прежде всего, дизайн – это путь к целостному мировоззрению, восприятию мира и осознанию человеком своего места в нем.

Список литературы

1. *Глазычев В.* Дизайн как он есть / В. Глазычев. – М.: Европа, 2011. 320 с.

2. *Лидвелл У.* Универсальные принципы дизайна / У. Лидвелл, К. Холден, Дж. Батлер; пер. А. Мороз. – СПб.: Питер, 2012. 272 с. :

3. *Маэда Д.* Законы простоты. Дизайн. Технологии. Бизнес. Жизнь =The Laws of Simplicity: Design, Technology, Business, Life. / Д. Маэда – М.: Альпина Паблишер, 2008. 120 с.

4. *Норман, Дональд А.* Дизайн привычных вещей / Дональд А. Норман; пер. с англ. Б.Л. Глушака. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 272 с.

5. *Панкина М.В.* Роль дизайна в реализации концепции устойчивого развития / М.В. Панкина // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе / Спб ГУАП. –

2014. №4 (6). С. 87–93.

6. *Папанек В.* Дизайн для реального мира / В. Папанек. – М.: Издатель Д. Аронов, 2008. 416 с.

7. *Щедровицкий Г.П.* Наука и методология науки дизайна (Основные области теоретического исследования дизайна) [Электронный ресурс] / Г. П. Щедровицкий // Некоммерческий институт развития. Научный фонд им. Г.П. Щедровицкого. – Режим доступа: http://www.fondgp.ru/gp/biblio/rus/58 (дата обращения: 19.04.2017).

8. *Anker P.* Global Design / Peder Anker, Louise Harpman, Mitchell Joachim. – New York: Elsewhere Envisioned, Prestel/ Random House, 2014. – 240 p

9. *Pankina M.V.* Objectives of design-education for sustainable development [Электронный ресурс] / M.V. Pankina, S.V. Zakharova // International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2015) April 22–23, 2015 in Moscow, Russia. Amsterdam – Beijing – Paris: Atlantis Press, 2015. – Режим доступа: http://www.atlantis-press.com/php/pub.php?publication=cas-15&frame (дата обращения 19.04.2017).

10. Zaha Hadid Architects [Электронный ресурс] // Zaha Hadid. – Режим доступа: http://www.zaha-hadid.com (дата обращения: 19.04.2017).

УДК 336.6

"ФИНАНСОВАЯ ГЛУБИНА" КАК ИНДИКАТОР ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ
THE FINANCIAL DEPTH AS A INDICATOR OF INVESTMENT ACTIVITY

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

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

Аннотация: Финансовая глубина является одним из наиболее эффективных показателей, характеризующих национальное финансовое благосостояние. В статье представлен анализ специальных макроэкономических показателей и различные методики расчета финансовой глубины на примере России с США для выявления проблемных зон российской экономики, которые понижают инвестиционную привлекательность.

Abstract: Financial depth is the most effective indication, which is characterizes national financial prosperity. In article there are analysis of special macroeconomic indicators and different techniques how to find financial depth of Russia and USA. the main goal is to identify problem areas of Russian economics, which decrease investment attractiveness.

Ключевые слова: финансовая глубина, экономический рост, ВВП, «широкие деньги».

Keywords: financial depth, financial development, GDP.

Современные реалии диктуют всемирному экономическому сообществу необходимость системного анализа процессов, которые затрагивают все сферы жизни общества. Все чаще ученые, ставя задачу прогнозирования, прибегают к помощи показателей, оценивающих силу влияния того или иного процесса на исследуемое явление. Понятие финансовой глубины отражает структуру деловой активности государства, а также динамику развития

финансовой системы в ретроспективе и дает возможность составления прогноза на будущее.

Термин «финансовая глубина» (financial depth) был внедрен экспертами Всемирного банка (World bank) в 80-х годах 20 века для изучения влияния монетизации и уровня развития финансовой системы на темп экономического роста [1]. В результате исследований выяснилось, что существует прямая связь между темпами экономического роста и разнообразием денежно-кредитной системы.

Существует несколько методик расчета данного показателя. Всемирный банк определяет данный показатель по-разному в зависимости от исследуемого региона [2]. Так, эксперты Всемирного банка при определении доли частного кредита (private credit) в ВВП(GDP) выделяют основную тенденцию; она связана с увеличением удельного веса частного кредита в странах с высоким уровнем дохода. В европейских странах, Канаде, Австралии и Китае показатель составляет около 103 процентов.

Специалисты выделяют еще одну методику расчета финансовой глубины – отношение совокупных банковских активов (total banking assets) к ВВП. Данный показатель точнее отражает существующую экономическую ситуацию в стране, однако, данные о совокупных банковских активах представлены не во всех странах. Необходимо помнить о том, что деньги в стране обращаются не только в банках, отдельного внимания требуют финансы страховых компаний, пенсионных и инвестиционных фондов, эти данные также находят свое отражение при расчете финансовой глубины.

Для составления исчерпывающего анализа коллектив авторов под руководством Р. Левина выделяет капитализацию фондового рынка как один из важнейших факторов для достижения экономического роста [3], а также размер и многообразие финансовой структуры, которая включает в себя финансовые рынки и институты - все это аккумулируется в понятии финансовой глубины.

В отечественной литературе принято определять показатель финансовой глубины как отношение «широких денег» к ВВП. Под «широкими деньгами» понимается денежный агрегат М3, который включает в себя наличные деньги, вклады до востребования, срочные вклады, а также государственные облигации и сберегательные вклады. Данный денежный агрегат не является стабильным, так как включается в себя долгосрочные инвестиции, волатильность которых весьма высока.

Таким образом, в общем виде формула для расчета финансовой глубины представляет собой отношение количества денег в финансовой системе страны к валовому внутреннему продукту.

Для оценки финансовой глубины необходимо рассмотреть важнейшие индикаторы денежной массы страны и их отношение к ВВП.

На рис. 1 представлена динамика изменения доли депозитов (bank deposits) в ВВП в России и США.

Величина банковских депозитов отражает перспективу развития банковской системы, свидетельствует о потенциале выдачи кредитов коммерческими банками. Исходя из представленного ниже рисунка, можно заключить, что доля банковских депозитов США превосходит в 2 раза показатели в России и, более того, начиная с 2009 года колеблется в пределах 80 процентов [4]. Можно сделать вывод о том, что сумма инвестиций на данный момент составляет 80 процентов существующей экономики.

Еще одним показателем, рассчитываемым Всемирным банком является доля депозитов финансовой системы (financial system deposits), он учитывает уровень спроса, стоимость денег во времени, а также накопления населения.

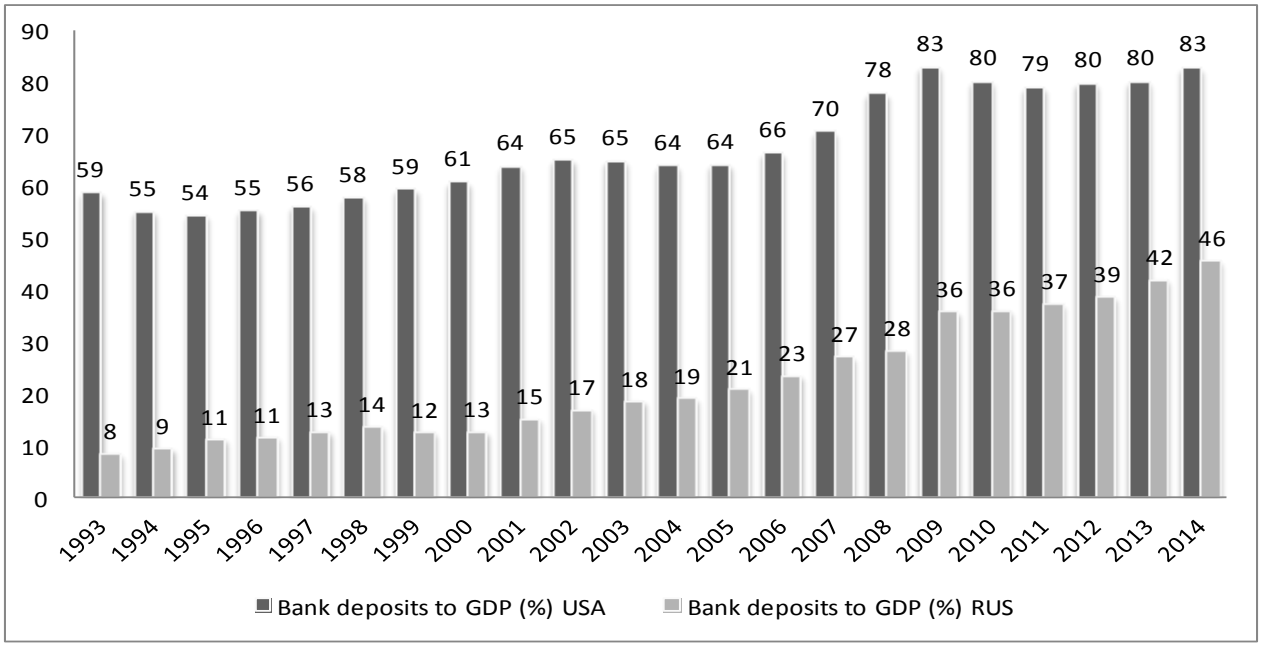

Рис. 1. Сравнение доли банковских депозитов в ВВП в России и США в 1993-2014 гг.

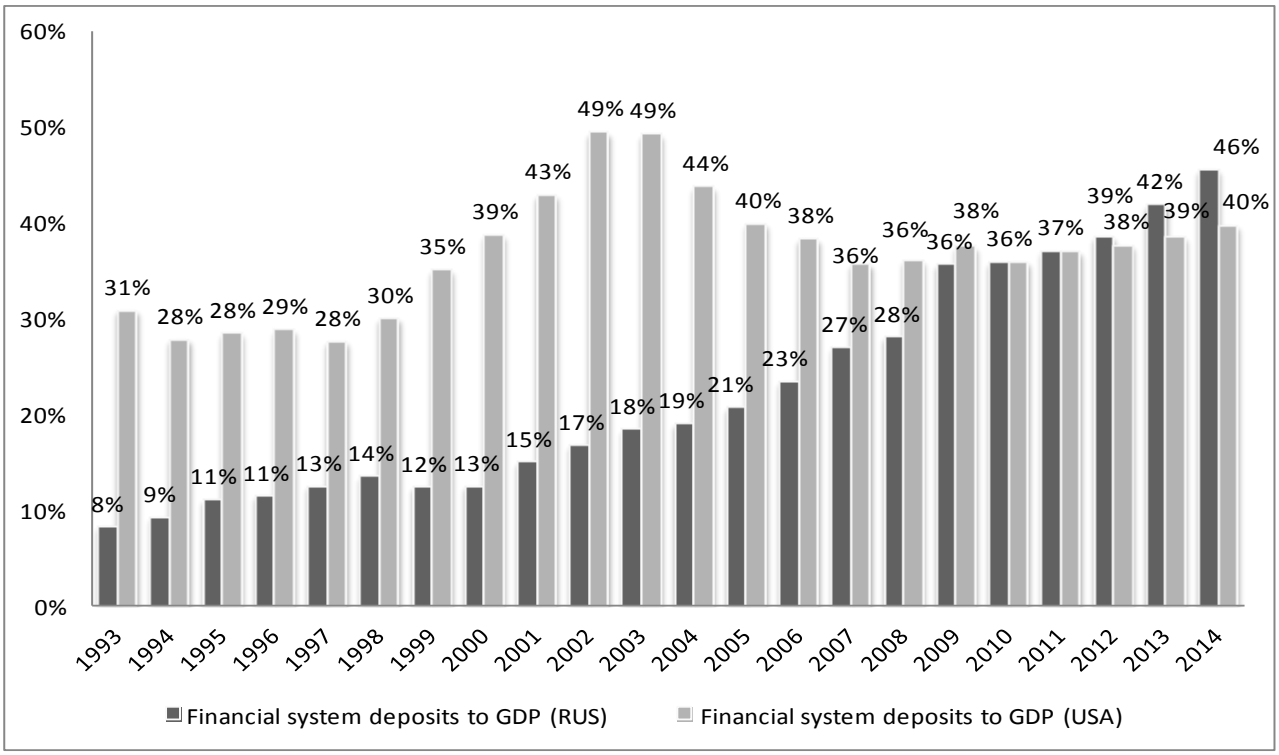

Рис. 2. Сравнение доли депозитов финансовой системы в ВВП в России и США

Анализируя данные на рис. 2, стоить отметить, что по уровеню накоплений Россия может конкурировать с США начиная с 2009 года.

Согласно методике расчета Всемирного банка уровень финансовой глубины в 2014 году в России составлял 55 процентов. На рис. 3 представлена динамика изменения показателя финансовой глубины (private credit by deposit money banks and other financial institutions to GDP) в России и США на протяжении 20 лет. Легко выявить основные закономерности:

1. В России тенденция к повышению концентрации и разнообразия финансовой системы неуклонно растет;

2. Количество денег в банковской системе и финансовых институтах США превосходит ВВП;

3. Показатели США значительно превосходят российские, разница составляет 100 и более процентов в каждом периоде.

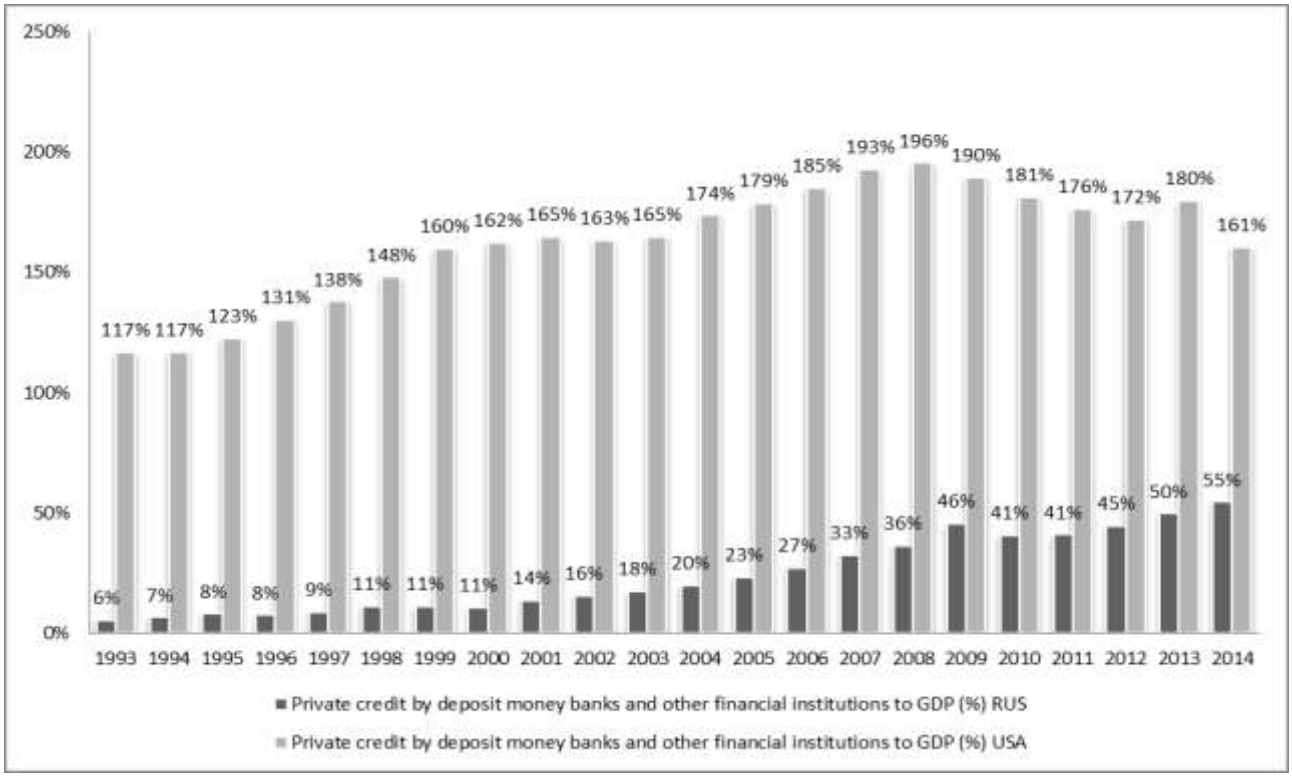

Рис. 3. Сравнение уровня финансовой глубины в России и США в 1993-2014 гг.

В заключение хочется отметить, что роль различных финансовых институтов, включая банковскую систему, и степень их развития сложно переоценить [5]. Государство, в целях повышения уровня национального богатства, заинтересовано в развитии и укреплении существующей банковской системы, а также внебюджетных фондов и рынка ценных бумаг [6]. В России наблюдается ряд положительных тенденций, которые свидетельствуют об укреплении банковской системы, однако, эти меры недостаточны, и благоприятный эффект от их внедрения незначителен. Необходимо отметить недостаток данного показателя, который заключается в том, что величина денежной массы в ряде случаев не может свидетельствовать о разнообразии финансовой системы. Если в стране наблюдается высокий уровень инфляции, то денежная масса будет сильно переоценена.

Таким образом, показатель финансовой глубины характеризует потенциал инвестиционной активности страны. Высокая деловая активность в стране, хорошо развитый национальный рынок являются решающими факторами для инвесторов в вопросе вовлечения денежных средств в инвестиции.

Список литературы

1. Valentina Bruno, Hyun Song Shin Capital Flows and the Risk-Taking Channel of Monetary Policy// NBER Working Paper No. 18942, April 2013

2. Financial depth. The world bank // URL:http://www.worldbank.org/en/publication/gfdr/background/financial-depth (Дата обращения 20.04.2017)

3. Martin Čihák, Aslı Demirgüç-Kunt, Erik Feyen, Ross Levine Financial development in 205 economies, 1960 to 2010// URL: http://faculty.haas.berkeley.edu/ross_levine/papers/Benchmarking%202013-03-29.pdf (Дата обращения 21.04.2017)

4. World bank group The little data book of financial development 2015-2016 //

URL:https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/22553/9781464805547.pdf (Дата обращения 22.04.2017)

5. Миркин Яков «Финансовая глубина» экономики и капитализация рынка акций//
URL:http://old.rcb.ru/archive/articles.asp?id=766 (Дата обращения 20.04.2017)

6. Андросова И.В., Генералова А.В. «Волатильность фондового рынка как фактор повышения доходности бизнеса в России» - Материалы X международной научно-практической конференции «Фундаментальная наука и технологии – перспективные разработки», North Charleston, USA, 2016

УДК 338.242

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ
ANALYSIS OF THE EXPORT AND IMPORT STRUCTURE OF THE SEWING INDUSTRY UNDER THE CONDITIONS OF IMPORT SUBSTITUTION

Елена Вячеславовна Быкасова *, Елена Викторовна Бурденко **
Elena Vyacheslavovna Bykasova *, Elena Viktorovna Burdenko **

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
**** The Kosygin State University of Russia, Moscow***
**** (e-mail: pasaremos@rambler.ru)***
*****Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Россия, Москва***
*****Russian University of Economics named after G. V. Plekhanov, Moscow, Russia***
*****(e-mail: burdenko-ev@yandex.ru)***

Аннотация: Рассмотрены статистические показатели импорта и экспорта по структуре товаров за 2014 -2016 гг. для определения потенциала развития экспорта товаров швейного производства в условиях импортозамещения, уделено внимание механизму поддержки экспорта.

Abstract: The statistical indicators of imports and exports for the structure of goods for 2014 - 2016 were studied for determining the development potential of exports of clothing products in the context of import substitution, export support mechanism was studied also.

Ключевые слова: импорт, экспорт, швейная промышленность, импортозамещение, поддержка экспорта.

Keywords: Import, export, sewing industry, import substitution, export support.

Министерство экономического развития РФ разработало основные направления развития экспорта на период до 2030 года. Одним из главных целевых ориентиров является структурное изменение экспорта за счет роста несырьевого экспорта, обеспечение среднегодовых темпов прироста на уровне не менее 6% для несырьевых товаров и 7% для услуг[1]. Швейная промышленность является наиболее значимой подотраслью легкой промышленности, которая занимает в структуре легкой промышленности более - 75%. В настоящее время в легкой промышленности России работают около 29 тыс. предприятий, расположенных в 72 регионах страны. На них трудятся свыше 350 тыс. человек, из которых 78% – женщины[1]. В струк-

[1] Текущее состояние и перспективы развития легкой промышленности в России - Высшая школа экономики 1-4 апреля 2014г. к XVАпрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества.

туре промышленности наибольший удельный вес занимают текстильная, швейная и меховая отрасли – 80% общего производства. Швейное производство занимает в данном объеме около 30%, включая выделку и крашение меха. Таким образом, для достижения показателей роста несырьевого экспорта- легкая промышленность может увеличить показатели экспорта, опираясь на возможность увеличения экспорта товаров швейной промышленности с использованием механизмов экспортной поддержки. Для определения потенциала развития экспорта проведен анализ товарной структуры экспорта и импорта за последние 3 года: с 2014 по 2016 гг. В 2014 году по всем группам ТНВЭД товарных отраслей экспорт всего составил - 1 125 862 237 тыс. долл. США, в том числе в страны дальнего зарубежья- 980 156 75 тыс. долл. США, в страны СНГ – 145 705 482 тыс. долл. США. В табл. 1 и 2 сформированы данные по статистике экспорта и импорта по видам товарных групп за периоды с 2014 по 2016 гг. Анализ экспортных групп за период с 2014 по 2016 гг. показывает, что наибольшую часть экспорта составляют сырьевые группы: минеральные продукты -738 225 851 тыс. долл. США, металлы и изделия из них -102 655 408 тыс. долл. США, продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье- 52 131 401 тыс. руб. древесина и целлюлозно-бумажные изделия- 31 258 662 тыс. долл. США, драгоценные камни, драгоценные металлы- 28 623 909 тыс. долл. США. По группе ТНВЭД 50-67 «Текстиль, текстильные изделия и обувь» экспорт составляет 2 816 326 тыс. долл. США, в том числе 778 166 тыс. долл. США - в страны дальнего зарубежья, в страны СНГ- 2 038 160 тыс. долл. США. В 2014 году экспорт товаров группы ТНВЭД 50-67 относительно общего экспорта составляет менее 1% (0,07%) в страны дальнего зарубежья, в страны СНГ- 1,22%; в 2015 году – составляет менее 1% (0,08%) в страны дальнего зарубежья, в страны СНГ- 1,36%; в 2016 году – составляет менее 1% (0,10%) в страны дальнего зарубежья, в страны СНГ-1,75%.

Таблица 1. Структура экспорта по структуре товаров за период с 2014 по 2016 гг.[2]

		2014 год		2015 год		2016 год	
Код ТНВЭД	Наименование товарной отрасли	Страны дальнего зарубежья	Страны СНГ	Страны дальнего зарубежья	Страны СНГ	Страны дальнего зарубежья	Страны СНГ
		тыс. долл. США	тыс. долл. США	тыс. долл. США	тыс. долл. США	тыс. долл. США	тыс. долл. США
	ВСЕГО:	433 366 234	63 578 228	298 657 425	44 769 297	248 133 095	37 357 956
01-24	Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного)	13 831 311	5 074 911	11 953 015	4 227 662	12 873 397	4 171 103
25-27	Минеральные продукты	321 178 055	28 938 209	200 780 141	18 382 292	156 114 074	12 833 079
28-40	Продукция химической промышленности, каучук	22 068 811	7 050 924	19 340 871	5 996 977	14 978 463	5 800 208
41-43	Кожевенное сырье ,пушнина и изделия из них	348 282	65 485	260 149	48 690	204 688	56 959
44-49	Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	9 000 380	2 634 059	8 119 215	1 712 697	8 137 104	1 655 205
50-67	***Текстиль, текстильные изде-***	***291 183***	***777 429***	***240 391***	***608 058***	***246 591***	***652 671***

[2] Данные получены и обработаны автором с сайта ФТС РФ www.customs.ru

	лия и обувь						
71	Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них	11 566 728	276 144	7 668 869	206 461	8 687 920	217 786
72-83	Металлы и изделия из них	34 044 995	6 520 408	28 204 647	4 809 159	24 690 221	4 385 975
84-90	Машины, оборудование и транспортные средства	15 995 216	10 333 606	18 036 421	7 349 139	18 045 387	6 247 988
68-70, 91-97	Другие товары	5 041 270	1 907 049	4 053 702	1 428 158	4 155 246	1 336 978

Анализ структуры импорта за период с 2014 по 2016 гг. показывает, что наибольшую часть импорта составляет несырьевые группы: машины, оборудование и транспортные средства -304 357 095 тыс. долл. США, продукция химической промышленности, каучук - 114 144 248 тыс. долл.США, продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье - 91 073 734 тыс. долл. США, металлы и изделия из них – 42 317 973 тыс. долл. США.По группе ТНВЭД 50-67 «Текстиль, текстильные изделия и обувь» импорт составляет 38 084 317 тыс. долл. США, в том числе 33 771 615 тыс. долл. США из стран дальнего зарубежья, 4 312 702 тыс. долл. США – из стран СНГ. В 2014 году импорт товаров группы ТНВЭД 50-67 относительно общего импорта составляет 5,77% из стран дальнего зарубежья, 5,13 %- из стран СНГ; в 2015году - составляет 5,97% из стран дальнего зарубежья, 5,65% из стран СНГ; в 2016 году- составляет 5,8% из стран дальнего зарубежья, 7,73% - из стран СНГ.

Таблица 2. Структура импорта по структуре товаров за период с 2014 по 2016 гг.[3]

		2014 год		2015 год		2016 год	
Код ТНВЭД	Наименование товарной отрасли	Страны дальнего зарубежья	Страны СНГ	Страны дальнего зарубежья	Страны СНГ	Страны дальнего зарубежья	Страны СНГ
		тыс.долл. США	тыс. долл. США	тыс.долл. США	тыс. долл. США	тыс.долл. США	тыс. долл. США
	ВСЕГО:	253 948 178	32 033 987	161 604 858	20 798 671	162 930 006	19 331 719
01-24	Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного)	34 105 952	5 608 778	22 174 638	4 282 176	20 406 664	4 495 524
25-27	Минеральные продукты	2 160 356	5 069 168	1 514 496	3 446 151	1 289 907	1 940 982
28-40	Продукция химической промышленности, каучук	42 635 892	3 778 768	30 843 935	3 100 861	31 033 445	2 751 345
41-43	Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	1 256 507	23 745	791 488	32 083	781 647	34 805
44-49	Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	4 809 659	1 084 343	2 942 969	679 771	2 783 309	595 392

[3] Данные получены и обработаны автором с сайта ФТС РФ www.customs.ru

50-67	***Текстиль, текстильные изделия и обувь***	***14 663 923***	***1 641 968***	***9 651 121***	***1 176 011***	***9 456 570***	***1 494 722***
71	Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них	811 384	295 380	328 812	275 253	303 591	135 002
72-83	Металлы и изделия из них	14 429 861	4 784 044	9 105 805	2 609 378	8 713 270	2 675 613
84-90	Машины, оборудование и транспортные средства	128 136 582	8 106 287	77 603 856	4 196 248	81 803 087	4 511 035
68-70, 91-97	Другие товары	10 938 058	1 641 502	6 647 733	1 000 735	6 358 512	697 295

Данные по сравнению экспорта и импорта по товарным группам за период с 2014 по 2016 гг. по группам 25-27 «Минеральные продукты», 44-49 «Древесина и целлюлозно – бумажные изделия», 71 «Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них», 72-83 «Металлы и изделия из них» показывают, что экспорт в разы больше импорта. По коду 50-67 «Текстиль, текстильные изделия и обувь» импорт превышает показатели экспорта за период с 2014 по 2016 гг. в 13,52 раза. По остальным группам товаров импорт превышает экспорт не более чем в 3-4 раза. Таким образом, потенциал для увеличения экспорта продукции легкой промышленности, включая швейную отрасль, может составить более, чем в 10 раз.

Однако курс на импортозамещение, разрабатываемый Правительством РФ практически не затрагивает легкую промышленность, в том числе швейную отрасль. Правительство РФ, определяя целевые ориентиры основных направлений для развития несырьевого экспорта товаров, выделяет высокотехнологическую продукцию нано-и биоиндустрии, гражданскую продукцию ИКТ[4], лекарственные средства, медицинские изделия и т.д. Согласно статистическим данным за период текущего года с января по май некоторые виды продукции швейного производства по отношению к предыдущему аналогичному периоду 2016 года показывают рост объема продукции: комплекты, костюмы, куртки (пиджаки) и блейзеры мужские производственные и профессиональные выросли на 31% (131 млн.штук); изделия трикотажные или вязаные- 24,1% (124,1 млн.штук); обувь- 7,3% (107,3 млн. пар.); куртки мужские или для мальчиков из текстильных материалов, кроме трикотажных или вязаных -0,9%(100,9 тыс. штук)[5]. Легкая промышленности России за 2016 год в целом добилась определенных темпов роста – по текстильному и швейному производству составляет 105,3%, по производству кожи, изделий из кожи и производства обуви -105,1%[6]. Данные факты свидетельствует о потенциальной возможности для роста производства швейных товаров, увеличение их реализации на экспорт. Для увеличения экспорта товаров швейного производства необходимо активно развивать поддержку компаний-экспортеров. Согласно данным из разработанного документа об основных направлениях развития экспорта Минэкономразвития приводит статистику Всемирного банка, что в России «для проведения экспортно-импортных операций по сравнению со странами ОЭСР требуется вдвое больше документов, втрое больше времени и почти втрое больше соответствующих расходов» [1]. Кроме того, Россия занимает 155 место в мире по степени благоприятствования условий для осуществления внешнеторговой деятельности. Основные направления развития экспорта до 2030 года определили общие меры

[4] ИКТ- информационно- коммуникационные технологии
[5] Сайт Федеральной службы государственной статистики www.gks.ru
[6] Итоги работы легкой промышленности России в 2016 году. Отчет ПАО «Рослегпром». www.roslegprom.ru

развития механизмов государственного регулирования поддержки экспортеров, однако эти меры не позволяют компаниям швейной промышленности воспользоваться данными инструментами, в силу специфичности данной отрасли. Швейная отрасль представления в основном в центральном и южном регионах России, состоит из большого количества субъектов малого и среднего предпринимательства, удельный вес которых в общем объеме производства в составе легкой промышленности составляет не более 2% от общего объема производства [5]. Существующие механизмы поддержки экспорта в швейной промышленности на текущий момент в России базируются только на институтах группы Внешэкономбанка. В России представлено только один ЭКА[7]- АО «ЭСКАР», несколько банков целенаправленно занимаются поддержкой экспортеров: государственная корпорация «Банк развития и внешнеэкономической деятельности» (Внешэкономбанк, далее- ВЭБ), государственный специализированной российский экспортно-импортный банк - АО «РОСЭКСИМБАНК», ПАО «Транскапиталбанк». Созданный в 2016 году Российский экспортный центр (РЭЦ) объединил АО «Российский экспортный центр», АО «ЭСКАР» и АО «РОСЭКСИМБАНК», который обеспечивает представление комплекса услуг экспортерам. Предлагаемые данными институтами механизмы поддержки экспорта представляют собой финансирование расходов по экспортному контракту, текущих расходов по экспортным поставкам, коммерческого кредита экспортера, торгового оборота с иностранными покупателями, прямой кредит иностранному покупателю, финансирование через подтвержденный аккредитив, кредит банку иностранного покупателя. Единственное ЭКА предлагает следующие механизмы поддержки экспорта – это страхование кредита поставщика, страхование краткосрочной дебиторской задолженности, страхование инвестиций, страхование кредита покупателю, страхование подтвержденного аккредитива, страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера, страхование экспортного факторинга. Статистика объема предоставленного финансирования в 2015 году ВЭБ[8], показывает, что объем представленных экспортных кредитов составил всего 12% от запланированных, что составляет 401 млн. долл. США; объем кредитов в целях поддержки экспорта по факту составил 60% от запланированных, что составляет 87 млрд. руб.

Объем предоставленных страховых гарантий для экспортеров в 2015 году составил – 8,23 млрд. рублей по 351 договорам, в том числе от АО «РОСЭКСИМБАНК» - 1,66 млрд. рублей по 118 договорам, от АО «ЭСКАР» - 6,57 млрд. рублей по 233 договорам[9]. Данные факты свидетельствуют о слабой разработке механизмов поддержки экспорта, недостаточной информированности экспортеров. Среди предприятий, которым предоставлены финансирование, и представлены страховые гарантии отсутствуют предприятия швейной промышленности.

Проведенный в статье анализ статистических данных по экспорту и импорту и анализ существующих механизмов поддержки экспорта показывает, что для предприятий швейной промышленности необходимо в дальнейшем развивать указанные инструменты, учитывая особенности отрасли. Необходимо развивать следующие механизмы поддержки экспорта швейной промышленности:

1. Создание отдельных региональных и федеральных программ по предоставлению государственных гарантий;
2. Внесение изменений в правила представления государственных гарантий (сроки, размер, доля товаров и т.д.);
3. Предусмотреть пониженные ставки по финансированию расходов экспортного контракта, текущих расходов, коммерческого кредита;
4. Предусмотреть пониженные тарифные ставки на страхование гарантий;

[7] ЭКА- экспортно- кредитное агентство
[8] Данные получены с сайта www.veb.ru
[9] Данные получены с сайта www.veb.ru

5. Разработать механизмы для выплаты экспортных премий, сформировать необходимые фонды финансирования данного механизма.

При вступлении в ВТО к 2016 году были отменены ввозные таможенные пошлины по следующим видам ТНВЭД продукции швейного производства -61, 62, 63[10], которые в среднем составляли – средняя фиксированная стоимость 15% (при средней фиксированной стоимости), цена за 1 кг/евро -1,92 [9]. В ответ на введение экономических санкций против России, грамотное применение таможенно- тарифных методов регулирования (возвращение к тарифам, до вступления в ВТО), количественное регулирование, нетарифные ограничения импорта, позволят уменьшить ввоз продукции швейного производства, что создаст предпосылки расширения производства отечественных швейных предприятий, увеличение выпуска объема продукции и продаж на экспорт, в условия совершенствования механизмов поддержки экспорта и импортозамещения.

Список литературы

1. Минэкономразвития. Основные направления развития экспорта до 2030 года.

2. Федеральный закон от 08.12.2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»;

3. Постановление Правительства РФ от 01.11.2008 г. №803 «Об утверждении правил государственных гарантии Российской Федерации в иностранной валюте, для оказания государственной поддержки экспорта промышленной продукции (товаров, работ, услуг)»;

4. Приказ от 24.09.2009 № 853 Минпромторга РФ «Об утверждении Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года и Плана мероприятий по ее реализации»;

5. *Бурденко Е.В.* Влияние промышленной политики и районирования на развитие легкой промышленности в России. М.: Издательство «Перо», 2015. 183 с.

6. *Быкасова Е.В., Бурденко Е.В.* Анализ структуры экспорта и импорта продукции швейной и текстильной промышленности в Российской Федерации.// М.: «Региональная экономика: теория и практика», Издательский дом «Финансы и кредит». – 2011. №30(213) С. 29-34.

7. *Быкасова Е.В., Бурденко Е.В.* Механизм экспортного финансирования как инструмент государственной поддержки экспорта швейной продукции. М.: «Финансы и кредит», Издательский дом «Финансы и кредит». 2011. №37 (469). С.55-60.

8. *Быкасова Е.В., Бурденко Е.В.* Анализ финансовой поддержки государства швейной промышленности России. // М.: Euvropean Social Science Juornal. 2011. №5. С. 469-474.

9. *Быкасова Е.В., Бурденко Е.В.* Влияние вступления Российской Федерации в ВТО на развитие внешнеторговой деятельности в швейной промышленности. М.: «Финансы и кредит», Издательский дом «Финансы и кредит». 2013. №9 (537. С. 56-60.

10. *Быкасова Е.В.*Методологические подходы к формированию программы развития внешнеторговой деятельности на предприятиях швейной промышленности»// Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации-2014): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 3. - М.:ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2014. 258 с, С. 72-76.

11. *Быкасова Е.В., Бурденко Е.В.* Increasing export potencial of apparel companies amidst globalization and import substitution». («Повышение экспортного потенциала предприятий швейной промышленности в условиях глобализации и импортозамещения» //London Review of Education and Science, «Imperial College Press», 2016, № 1(19). 142-147 с.

[10] Код ТН ВЭД 61 –«Предметы одежды и принадлежности к одежде трикотажные машинного или ручного вязания»; код ТН ВЭД 62 –«Предметы одежды и принадлежности к одежде, кроме трикотажного или ручного вязания», код ТН ВЭД 63- «Прочие готовые текстильные изделия; наборы; одежда и текстильные изделия, бывшие в употреблении, тряпье», в т.ч. белье постельное.

УДК 657.37

СОСТАВЛЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ, КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО КАПИТАЛА
PREPARATION OF ACCOUNTING (FINANCIAL) REPORTING ACCORDING TO INTERNATIONAL STANDARDS, AS A WAY OF ATTRACTING FOREIGN CAPITAL

Людмила Михайловна Корчагина
Lyudmila Mikhailovna Korchagina

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 рассмотрено значение происходящей в современных условиях международной стандартизация финансового учета и финансовой отчетности, обусловленной процессом интеграции в сфере экономики, развитием рынков капитала, усилением роли транснациональных корпораций, увеличением затрат на подготовку финансовой отчетности. Она направлена на формирование международной учетной системы, разработку единого набора стандартов финансовой отчетности, применимых для компаний в любой стране.

Abstract: The article considers the significance of what is happening in modern conditions, international standardization of financial accounting and financial reporting due to the integration process in the sphere of economy, development of capital markets, the growing role of transnational corporations, increase the cost of preparation of the financial statements. It is aimed at the formation of the international accounting system, the development of a single set of financial reporting standards, applicable for companies in any country.

Ключевые слова: глобализация, стандартизация, финансовая отчетность, национальные стандарты, бухгалтерские организации, финансовый учет, консолидация, финансовая деятельность.

Keywords: globalization, standardization, financial reporting, national standards, accounting companies, financial accounting, consolidation, financial activities.

Процесс глобализации мировой экономики, необходимость в большей информационной открытости международных рынков капитала, расширение инвестиционных возможностей изменили требования к финансовой отчетности. Такими требованиями стали международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) - совокупность общепринятых требований классификации, признания, оценки объектов учета, а также систематизация показателей финансово-хозяйственной деятельности для формирования финансовой отчетности хозяйствующих субъектов.

Стандартизация финансового учета и финансовой отчетности происходит на трех уровнях: национальном, региональном и международном. В каждой стране существуют национальные стандарты финансового учета и финансовой отчетности, которые могут разрабатываться профессиональными бухгалтерскими организациями (в США, Великобритании) и государственными органами (во Франции, Германии, России и др.). Региональные стандарты действуют в нескольких странах одного региона. К ним относятся бухгалтерские директивы, положения которых подлежат обязательному включению в национальное законодательство стран – членов ЕС, постановления Европейского Сообщества (ЕС).

Также существуют региональные организации, разрабатывающие учетные стандарты стран Азиатского и Тихоокеанского регионов, Африки. Международная стандартизация финансового учета и финансовой отчетности обусловлена процессом интеграции в сфере экономики, развитием рынков капитала, усилением роли транснациональных корпораций, увеличением затрат на подготовку финансовой отчетности. Она направлена на формирование международной учетной системы, разработку единого набора стандартов финансовой отчетности, применимых для компаний в любой стране.

Ведущая роль в этом процессе принадлежит Комитету по международным стандартам финансовой отчетности. Активное участие в международной стандартизации финансового учета и финансовой отчетности принимают: Международная федерация бухгалтеров – МФБ, Международная организация комиссий по ценным бумагам – МОКЦБ, Межправительственная рабочая группа экспертов по международным стандартам учета и отчетности при ООН, Организация экономического сотрудничества и развития – ОЭСР.

Для современной экономики характерны процессы формирования сложных бизнес-структур, групп взаимосвязанных организаций, имеющих юридическую самостоятельность, но являющихся, по сути, единым хозяйственным организмом. Важнейшим источником информации о финансовом состоянии, потенциале, роли в экономике и перспективах развития подобных структур выступает консолидированная финансовая отчетность – финансовая отчетность групп компаний, в которой активы, обязательства, капитал, доходы, расходы и потоки денежных средств материнского предприятия и предприятий, находящихся в сфере контроля материнской компании представлены как активы, обязательства, капитал, доходы, расходы и потоки денежных средств единого субъекта экономической деятельности. Консолидированная отчетность как форма представления информации о группе компаний выполняет целый комплекс функций: внешним пользователям она позволяет сформировать целостную картину финансового положения и результатов деятельности компаний.

Но не менее важна консолидация отчетности по МСФО и для самих компаний: ее наличие является обязательным условием проведения IPO (Initial Public Offering - первая публичная продажа акций акционерного общества); доверия со стороны государств, на территории которых компания осуществляет свою деятельность, инвесторов, профессионального сообщества, общественности. Именно по этой причине консолидация, с одной стороны, является обязательной для ряда компаний, а с другой – часто формируется по инициативе самой компании.

Консолидация отчетности является сложным и многоэтапным процессом. В научной литературе существуют разные подходы к выделению этапов консолидации. Так, например, Заббарова О.А. выделяет следующие:

− объединение данных бухгалтерской отчетности материнской компании и дочерних предприятий в консолидированной финансовой отчетности по МСФО;

− расчет показателей консолидированной финансовой отчетности в соответствии с МСФО (гудвилл, доля меньшинства);

− исключение оборотов по внутригрупповым операциям (внутригрупповая прибыль, займы, продажа активов, дивиденды) [2].

Модеров С.В. выделяет следующие этапы консолидации:

− получение индивидуальной отчетности по МСФО компаний группы;

− технические операции, включающие элиминирование внутригрупповых операций, расчет гудвилла, расчет доли меньшинства [3, 4].

Процедуры консолидации финансовой отчетности в наиболее общем виде раскрыты в МСФО (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» и включают:

- объединение статей активов, обязательств, собственного капитала, доходов, расходов и денежных потоков материнской организации с аналогичными статьями ее дочерних организаций;

- взаимозачет (исключение) балансовой стоимости инвестиций материнской организации в каждую из дочерних организаций и доли материнской организации в собственном капитале каждой из дочерних организаций;

- исключение внутригрупповых активов и обязательств, собственного капитала, доходов, расходов и потоков денежных средств, связанных с операциями между организациями группы [1].

Одним из важнейших условий эффективной и достоверной консолидации выступают единые подходы к организации учета по всем компаниям Группы.

Искажение данных получаемой отчетности может быть обусловлено различными причинами:

- ошибками при обработке первичных учетных документов;

- несопоставимостью показателей при консолидации отчетности;

- ошибками, возникающими в процессе трансформации отчетности по МСФО.

В качестве ключевой характеристики информации о наличии финансово-хозяйственных ресурсов группы компаний и результатах ее финансовой деятельности выступает достоверность данных.

Составление отчетности с использованием метода трансформации может быть реализовано как собственными силами, так и с привлечением сторонних специалистов. На практике более распространен вариант поручения подготовки отчетности в соответствии с МСФО с использованием метода трансформации специализированным организациям, специалисты которых обладают необходимой квалификацией. Это обусловлено тем, что реализация процесса трансформации требует от лиц ее осуществляющих, не только теоретических знаний в области международных стандартов, но и наличия определенных навыков и опыта практической работы. В случае поручения осуществления трансформации отчетности штатным работникам, т.е. реализация этого процесса, будет осуществляться собственными силами, дополнительное внимание должно быть уделено выбору программного обеспечения.

Исполнитель трансформации просто обязан обладать аналитическими и математическими способностями. Превосходным «трансформатором» финансовой отчетности будет аудитор, знающий российские и международные стандарты, а также обладающий знаниями в области высшей математики.

Таким образом, приведенный перечень особенностей Международных стандартов финансовой отчетности, с которыми приходится сталкиваться отечественным компаниям при изъявлении желания перехода на МСФО, говорит о том, что бухгалтер при осуществлении данного процесса превращается в финансового аналитика, который отвечает не только за отражение в учете свершившихся фактов, но и прогнозирует стратегическое развитие организации.

Список литературы

1. Международный стандарт финансовой (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность».

2. *Заббарова О.А.* Бухгалтерская (финансовая) отчетность организации: учебное пособие / О.А. Забарова. – М.: Эксмо, 2009. - 218 с.

3. *Модеров, С.В.* Консолидация группы компаний для целей составления отчетности по МСФО // Налоговый учет для бухгалтера. 2005. № 10.

4. *Модеров,* С.В. Трансформация финансовой отчетности в соответствии с МСФО / С.В. Модеров // Международный бухгалтерский учет. 2008. № 2. С. 10-16.

УДК658.56:001.895

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА ОРГАНИЗАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
FORMATION OF THE CONTROLLING SYSTEM OF THE ORGANIZATION WITH THE USE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES

Ольга Николаевна Зотикова, Роман Валиянович Зайнулин
Olga Nikolaevna Zotikova, Roman Valinovich Zainulin

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: zotikovaon@mail.ru; gideon.zr@gmail.com)

Аннотация: Рассмотрено усиление роли применения инновационных технологий при формировании системы контроллинга в организациях по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство.

Abstract: The role of the application of innovative technologies in the formation of the controlling system in organizations by the type of economic activity is considered to be textile and clothing production.

Ключевые слова: инновации, организация управления, текстильное и швейное производство, информационные и коммуникационные технологии.

Keywords: innovations, organization of management, textile and clothing manufacture, Information and communication technologies.

Предприятия реального сектора экономики, как правило, уделяют внимание контролю и учету на таких стадиях хозяйственной деятельности, как приобретение, производство и продажи. На этих стадиях поставленные цели должны взаимоувязываться с целями оперативного и стратегического планирования. В организации, которая заинтересована в инновационной деятельности, необходимо формирование системы контроллинга, охватывающего подсистемы материально-технического снабжения, технического контроля функционирования оборудования и технологий, использования трудовых ресурсов, сфер предпринимательства и инновационной инфраструктуры. При этом в системе контроллинга целесообразно выделить информационную, учетно-контрольную, аналитическую функции, а также функцию планирования. Контроллинг связан с профессиональным ростом контроллеров, с воздействием на факторы совершенствования производства и обеспечивает оптимальность управления финансовыми источниками ресурсами, затратами, активами.

Цели системы контроллинга достигаются в ходе достаточной и уместной реализации задач и функций контроллинга, соответствующих концепции достижения эффективности деятельности при оптимизации процессов и затрат. Контроллинг охватывает процессы и показатели текущей деятельности предприятия, которые можно использовать как при оперативном, так и стратегическом планировании.

Экономический рост за счет повышения эффективности производства – это положительный результат, который получается при реализации системы контроллинга на основе учета организационно-управленческих особенностей хозяйственных стадий предприятия и конкретных условий рынка, подверженных периодическим изменениям.

Предприятиям важно создавать техническую и информационную базу, используя современные компьютерные технологии и нематериальные активы, способствующие эффективной производственно-хозяйственной и инновационной деятельности. Статистические

данные по обследованным текстильным и швейным производствам, приведенные в табл. 1, иллюстрируют, что к 2015 г. относительно 2010 г. увеличилась доля использования информационных и коммуникационных технологий. За этот же период увеличилась доля персональных компьютеров с 90,3% до 95,6%, серверов с 15,4% до 57,4% и локальных вычислительных сетей с 63,4% до 71,9% [1, с.461].

Таблица 1. Использование информационных и коммуникационных технологий в организациях по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство в 2010 – 2015 годах (в процентах от общего числа обследованных организаций)

годы	2010	2012	2013	2014	2015
Организации, использовавшие:					
- персональные компьютеры	90,3	91,5	92,4	97,1	95,6
- серверы[1)]	15,4	14,0	17,0	22,6	57,4
- локальные вычислительные сети	63,4	68,7	71,0	72,0	71,9

[1)] До 2015 г. – ЭВМ других типов.

Расширяется использование сети Интернет в организациях. В табл. 2 представлены статистические показатели по динамике использования сети Интернет [1, с.462, с.465] в организациях по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство.

Таблица 2. Использование сети Интернет в организациях по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство в 2010 – 2015 годах (в процентах от общего числа обследованных организаций)

годы	2010	2013	2014	2015
Организации, использовавшие сеть Интернет	80,8	87,6	93,2	93,6
из них широкополосный доступ	60,6	80,7	87,6	84,6
Организации, имевшие веб-сайт в сети Интернет	40,5	47,7	51,6	53,4
Организации, имевшие Интернет для связи с поставщиками и потребителями товаров (работ, услуг):				
- для размещения заказов	31,1	33,7	36,4	42,4
- для получения заказов	39,9	38,0	44,1	48,1

Из приведенной табл. 3 со статистическими показателями динамики использования электронного документооборота в организациях по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство [1, с.466] видно, что к 2015 году относительно 2011 года увеличилась доля тех, которые используют системы электронного документооборота, электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами.

Таблица 3. Использование электронного документооборота в организациях по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство в 2011 – 2015 годах (в процентах от общего числа обследованных организаций)

годы	2011	2012	2013	2014	2015
Организации, использовавшие:					
- системы электронного документооборота	49,7	47,7	46,4	54,7	60,2
- электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами по форматам обмена[1)]	20,5	18,8	20,1	59,4	64,4

[1)] До 2015 г. - автоматический обмен данными между своими и внешними информационными системами по форматам обмена.

Среди существующих инновационных технологий организациям также целесообразно использовать специальные программные средства, например, для управления закупками товаров (работ, услуг), для управления продажами (работ, услуг), для предоставления доступа

к базам данных через глобальные информационные сети и для управления автоматизированным производством и/или отдельными техническими средствами и технологическими процессами. Все это позволяет создавать эффективные системы контроллинга. Проведение контроллинга с помощью технических и автоматизированных средств позволит оперативнее выявлять недостатки и принимать управленческие решения о способах и порядке их устранения.

Контроллинг способствует преобразованию экономики автоматизации принятия управленческих решений в организации [2, 3]. Для повышения оперативности контроля и ограничения несанкционированного изменения его результатов требуется учитывать организацоинно-управленческие особенности деятельности конкретного предприятия при выборе соответствующих программных продуктов автоматизации, встраиваемых в систему контроллинга. Кроме того, на этот выбор оказывают влияние факторы совместимости информационных и коммуникационных технологий с приобретаемыми программными продуктами и финансовых вожможностей организации.

В табл. 4 представлены статистические сведения [1, с. 468] о видах затрат и их структуре на информационные и коммуникационные технологии по текстильному и швейному производству в 2015 году. Значительная доля в общих затратах приходилась на приобретение вычислительной техники и оргтехники, составившая 21,0%, и на оплату услуг связи - 38,5%, из них оплата доступа к сети Интернет достигала 12%.

Таблица 4. Затраты организаций на информационные и коммуникационные технологии по виду экономической деятельности текстильное и швейное производство в 2015 году

Виды затрат	миллионов рублей	в процентах к итогу
Затраты на информационные и коммуникационные технологии - всего	370,3	100,0
в том числе затраты:		
на приобретение вычислительной техники и оргтехники	77,6	21,0
на приобретение телекоммуникационного оборудования	15,5	4,2
на приобретение программного обеспечения	55,6	15,0
на оплату услуг связи	142,6	38,5
из них оплата доступа к сети Интернет	*44,6*	*12,0*
на обучение сотрудников, связанное с развитием и использованием информационных и коммуникационных технологий	1,7	0,5
на оплату услуг сторонних организаций и специалистов по информационным и коммуникационным технологиям (кроме услуг связи и обучения)	63,9	17,2
прочие затраты	13,4	3,6

В системе контроллинга следует предусмотреть взаимосвязь встроенных программ производственной, бухгалтерской, управленческой, инновационной и других видов деятельности, и их сочетания с видами контроля в организации. Организацию системы контроллинга на действующем предприятии следует апробировать путем проведения предварительных мероприятий, в частности, включая реализацию программ подсистем контроллинга и выявление экономических последствий его отсутствия.

Список литературы

1. Российский статистический ежегодник. 2016: Стат.сб./Росстат. – М., 2016 – 725 с.

2. *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.

3. *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. Кащеева, В.В. Зотова, И.В. Антоненко. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 285 с., С.188-194.

УДК338.1:67

ФОРМЫ ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИИ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
FORMS OF SUPPORT OF RUSSIAN MANUFACTURERS AT IMPORT-REPLACEMENT IN LIGHT INDUSTRY

Оксана Николаевна Ковалева, Ольга Николаевна Зотикова
Oksana Nikolaevna Kovaleva, Olga Nikolaevna Zotikova

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

Аннотация: рассмотрены факторы, влияющие на изменение уровня импорта и роль государственной политики для развития имортозамещения

Abstract: examines the factors influencing on the change in the level of imports and the role of state polical for the development of import substitution

Ключевые слова: импорт, текстильные изделия, мероприятия, стратегия

Keywords: Import, textile products, activities, strategy

Предприятия легкой промышленности, по виду экономической деятельности относящиеся к числу обрабатывающих, расположены в Москве, Санкт-Петербурге, Ивановской области и других регионах России. Организации, чьи доходы зависят от объемов продаж, заинтересованы в импортозамещении продукции на отечественном рынке.

Под импортозамещением обычно понимают процесс замещения импортной продукции товарами внутреннего рынка, то есть произведенными на отечественных предприятиях. Для развития импортозамещения используют ряд инструментов по ограничению объмов ввоза иностранной продукции. Такими инструментами могут выступать различные регуляторы, включая таможенные пошлины, квоты, лицензирование ввоза. Реализация политики импортозамещения зависит от стратегических целей и задач государства и бизнеса, инвестирующих развитие предприятий легкой промышленности за счет различных источников, включая субсидии из средств федерального бюджета.

Стратегия развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2020 года, охватывающая сегменты текстильного, швейного, кожевенного и обувного производства, учитывает вопросы развития таких смежных отраслей, как производства химических волокон и нитей, производства натуральных волокон и нитей, а также розничной торговли продукцией легкой промышленности [1].

Министерством промышленности и торговли Российской Федерации была разработана стратегия развития легкой промышленности. Целью Стратегии является создание в России устойчиво развивающейся легкой промышленности, интегрированной в мировую систему разделения труда и основанную на естественных конкурентных преимуществах страны [1].

Среди основных задач Стратегии [1], связанных с вопросами импортозамещения, можно выделить:

1) повышение инвестиционной привлекательности отрасли путем развития межотраслевых и межтерриториальных связей;

2) развитие отечественной сырьевой базы в качестве эффективной меры государственной поддержки легкой промышленности;

3) стимулирование роста потребления технического текстиля и нетканых материалов, на специальную и защитную одежду;

4) поддержка создания и развития российских брендов одежды и обуви;

5) стимулирование реализации инвестиционных проектов, комплекса мер для увеличения объемов экспорта товаров легкой промышленности, в частности, путем предоставления финансовых, налоговых льгот и возмещения из федерального бюджета части затрат российским экспортерам;

6) формирование кадрового потенциала отрасли путем привлечения молодежи к подготовке и обучению в качестве специалистов для легкой промышленности, а также повышение квалификации сотрудников предприятий при реализации программ на базе средних специальных и высших учебных заведений;

7) проведение регулярных мероприятий по борьбе с нелегальным оборотом товаров легкой промышленности и по защите российского рынка от контрафактной продукции.

Для реализации основных мероприятий по стимулированию роста потребления технического текстиля и нетканых материалов предусматривается запуск в 2018 году программ, например, поддержки инвестиционных проектов по созданию наукоемких текстильных материалов в рамках кластера, повышения импортных пошлин на синтетический текстиль и снижения импортных пошлин на химическое сырье (волокна и нити) на 2-3 года.

Для развития отечественной сырьевой базы на основе проекта Стратегии предусматривается в период 2018-2022 годов [5] провести основные отраслевые мероприятия:

разработка рекомендаций по введению требований по локализации сырья и полуфабрикатов в рамках государственных закупок текстильной продукции;

организация информационной поддержки для заключения долгосрочных контрактов между текстильными и химическими компаниями, текстильными компаниями и овцеводами, кожевенными компаниями и сельхозпроизводителями на поставку сырья.

В части борьбы с нелегальным оборотом товаров [8] в легкой промышленности разрабатывают рекомендации и реализуют мероприятия по ужесточению мер контроля за «серым импортом», «цеховым производством» и сохранению нулевых экспортных пошлин на продукцию легкой промышленности (прежде всего текстиль, одежду и обувь).

Для поддержки создания и развития российских брендов одежды и обуви особенно в 2018–2022 годах будет уделено большое внимание разработке и проведению регулярных отраслевых мероприятий, направленных на повышение имиджа отрасли и ее продукции в России и мире. В Стратегии [5] предусматриваются меры поддержки создания инфраструктуры и механизмов стимулирования инноваций и предпринимательства для отечественных брендов одежды и обуви. Реализация этого будет способствовать импортозамещению.

Для выпуска конкурентоспособной продукции на предприятиях легкой промышленности целесообразно активизировать деятельность по замене низкопроизводительного физически и морально устаревших видов оборудования и технологий на новые высокопроизводительные. В настоящее впемя степень износа отечественного производственного оборудования достаточно большая (по разным оценкам свыше 50% износа). Известно, что некоторые группы товаров российской легкой промышленности по качественным характеристикам уступают иностранным аналогам. Поэтому на предприятих следует уделять внимание проведению мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции, в частности, создавая бла-

гоприятные условия для подготовки и внедрению системы менеджмента качества в соответствии с общепринятыми международными стандартами [1]. Наиболее вероятным путем улучшения ситуации является ресурсное, научное и технологическое обеспечение развития отечественной промышленности, что впоследствии должно обеспечить производство продукции высокого качества, способной конкурировать с товарами иностранного производства, как на внутреннем, так и на внешнем рынке [2-4, 9, 10].

Анализ статистических данных [11, с.630-631], приведенный в таблице, показывает, что в Российской Федерации с 2014 года стала меняться товарная структура импорта и экспорта текстиля, текстильных изделий и обуви. Объемы импорта текстиля, текстильных изделий и обуви сократились с 14148 млн. долл. в 2010 году до 10841 млн. долл. в 2015 году, составив 3307 млн. долл. или 23,37%. При этом в 2015 году относительно 2012 года, когда пик достигал 18047 млн. долл., объем импорта сократился на 7206 млн. долл. или на 60,1%.

В 2015 году прекратился рост экспорта текстиля, текстильных изделий и обуви, наблюдавшийся с 2010. При этом снижение экспорта в 2015 году относительно 2014 года составило 233 млн. долл. или 21,2%. Важно осуществлять стимулирование экспорта в конкурентоспособных сегментах легкой промышленности.

Таблица 1 – Товарная структура импорта и экспорта текстиля, текстильных изделий и обуви Российской Федерации

Показатель	Годы				
	2010	2012	2013	2014	2015
Импорт					
млн. долл. США	14148	18047	18040	16318	10841
относительно 2010 года, %	100,00	127,56	127,51	115,34	76,63
изменение: (+) рост, (–) снижение	-	+27,56	+27,51	+15,34	–23,37
Экспорт					
млн. долл. США	764	770	937	1101	868
относительно 2010 года, %	100,00	100,79	122,64	144,11	113,61
изменение: (+) рост, (–) снижение	-	+0,79	+22,64	+44,11	+13,61

Изменение товарной структуры импорта и экспорта текстиля, текстильных изделий и обуви объясняется влиянием введения ряда санкций, включая экономические, со стороны США, стран Западной Европы и Евросоюза.

Наблюдаемый спад показателей уровня импорта в отношении товаров легкой промышленности способствует увеличению объемов их импортозамещения.

С наступлением экономического кризиса и введением санкций появилась возможность для усиления развития деятельности отечественных производителей. В настоящее время на импорт товаров легкой промышленности приходится около 70%. Несмотря на это, участие иностранных инвесторов в данной отрасли невысоко в сравнении с другими отраслями, занимающимися обработкой сырья (обрабатывающими отраслями), где наблюдается постоянное увеличение роста иностранных инвестиций, а также увеличение числа иностранных собственников, имеющих доли в имуществе предприятий.

Показатели импортозамещения легкой промышленности в Российской Федерации остаются не на высоком уровне, несмотря на некоторую положительную динамику в выпуске продукции предприятиями отечественной легкой промышленности. Согласно данным Росстата показатели текстильного и швейного производства в 2016 году превысили показатели 2015 года на 4,2%. По данным Минпромторга выросло производство хлопчатобумажных тканей на 3,7%, синтетических тканей на 5,5%, одежды на 3,2%, обуви на 5,8% [9, 10].

Низкий уровень импортазамещения в легкой промышленности России, в ряде случаев, можно объяснить наличием следующих недостатков:

1) увеличение стоимости импортного сырья и комплектующих, не производимых отечественными предприятиями;

2) недостаточное развитие отечественного производства химических волокон, нитей и материалов, предназначенных для нужд предприятий легкой промышленности;

3) отстование государственной бюджетной политики от инвестиционных запросов легкой промышленности;

4) преобладание низкотехнологичного производственного оборудования, требующенго замены или модернизации;

5) незначительная загрузка производственных мощностей обрабатывающих предприятий по ряду причин, включая недостаточное количество поступающего сырья, простои производственного оборудования по организационным, техническим и технологическим отклонениям от запланированных параметров;

6) низкий спрос на товары со стороны потребителей внутреннего и внешнего рынка;

7) недосточно адекватная современному уровню жизни величина среднемесячной заработной платы сотрудников ряда текстильных предприятий.

О необходимости развития импортозамещения было сказано в послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации еще в конце 2014 года [6]. Несмотря на экономический кризис и введение санкций государство предпринимает меры по осуществлению импортозамещения продукции. Разрабатываются и реализуются программы финансового содействия импортазамещению. Например, в рамках одной из принятых программ предполагалось выделение средств бюджета, субсидий на различные проекты, в том числе в сфере легкой промышленности [7].

Таким образом, реализация мероприятий, предусмотренных Стратегии развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2020 года [1] и проектом на период до 2025 года [5], и развитие отечественной сырьевой базы, включая возрождение предприятий химических волокон и нитей, будет способствовать импортозамещению продукции.

Список литературы

1. Приказ Минпромторга РФ от 24.09.2009 N 853 «Об утверждении Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года и Плана мероприятий по ее реализации».

2. *Зотикова О.Н., Ковалева О.Н.* Особенности деятельности швейных предприятий в России./ Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития: Сборник научных трудов. К 110-летию профессора Теодора Борисовича Поляка. – М.: МГУДТ, 2016. – 229 с., С. 87-95.

3. *Ковалева О.Н.* Импортозамещение в легкой промышленности. /Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации-2016): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 3. – М.: МГУДТ, 2016. – 308 с., С. 203-205.

4. *Ковалева О.Н.* Развитие предприятий легкой промышленности в современных условиях. / Научные результаты диссертации на соискание научных степеней в журнале «Наука Красноярья».- Красноярск, Научно-инновационный центр, № 3-3 (26), 2016. – 286 с., С. 93-100.

5. Стратегия развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года (проект для обсуждения)**.** Российский союз предпринимателей текстильной и легкой промышленности (СОЮЗЛЕГПРОМ).

6. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 04.12.2014: «Парламентская газета», N 43, 05-11.12.2014.

7. Постановление Правительства РФ от 11.10.2014 №1044 (ред. от 01.11.2016) «Об утверждении Программы поддержки инвестиционных проектов, реализуемых на территории Российской Федерации на основе проектного финансирования».

8. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. N 2592-р «Стратегия по противодействию незаконному обороту промышленной продукции в Российской Федерации на период до 2020 года и плановый период до 2025 года».

9. www.gks.ru – Федеральная служба государственной статистики

10. www.minpromtorg.gov.ru – Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.

11. Российский статистический ежегодник. 2016: Стат.сб./Росстат. – М., 2016 – 725 с.

УДК338.46:368

ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИРОВАНИЯ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
INNOVATIVE DIRECTIONS OF INSURANCE OF INSURANCE ACTIVITIES

Татьяна Владимировна Агафонова
Tatiana Vladimirovna Agafonova

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: agafonovatv1979@gmail.com)

Аннотация: Рассмотрены наиболее перспективные направления инвестирования денежных средств и приведена динамика их развития в современных условиях экономики.

Abstract: The most perspective directions of investing money resources are considered and the dynamics of their development in modern economic conditions is given.

Ключевые слова: инвестиционное страхование жизни, доход, базовый актив.

Keywords: investment life insurance, income, basic asset.

В настоящее время параллельно направлению страхованию жизни, что уже достаточно развито, развиваются другие направления. Так, набирают обороты инвестиции страхования разных видов деятельности. Раньше меньше задумывались, что себя и свою деятельность можно экономически обезопасить от различных неблагоприятных факторов. Развивающийся вид страхования наряду с защитой жизни страхователя, является и еще средством накопления капитала. Новые программы в настоящее время очень уверенно набирают популярность. Далее приведены наиболее перспективные из них.

Появление новейших технологий базируется на трансформации повседневных процессов в жизни человека. Скорость развития настолько стремительно бежит вверх, что каждые 3-5 лет внедряются новинки, меняющие окружающую действительность. И таковым является направление инвестирования в «Высокие технологии», позволяющее инвестировать в компании, составляющие технологические тренды на годы вперед.

Темпы роста высокотехнологичной продукции в среднем в два раза превышают темпы мировой обрабатывающей промышленности. Такие перспективные направления, как «умный дом», технологии радиодентификации и другие начинают применяться уже сейчас, что очень важно для развития российской экономики. Развитие «умной» и других спектров технологий способствуют экономическому росту в разных видах деятельности, включая обрабатывающую промышленность. При этом высокотехнологическими лидерами являются компании

Appele, Samsung, Facebook, Google,Bayer AG, Novartis AG и другие. Динамика развития стоимости корзины «Высокие технологии» за 2012-2016 годы [1] представлена на рис.1. Стоимость корзины «Высокие технологии» в 2016 году относительно 2012 года возросла более чем в 2,5 раза.

Динамично развивается рынок фармацевтики и биоинженерии, что становится перспективным и стабильным способом сохранения и приумножения средств. Это одно из самых стабильных направлений инвестирования. Мировой спрос на лекарственную продукцию постоянно растет. Новейшие подходы к разработке лекарственных препаратов значительно упрощают лечение сложных заболеваний. Динамику стоимости корзины акций фармацевтических компаний [1] можно проанализировать по графику, представленному на рис. 2. Можно отметить, что стоимость корзины акций фармацевтических компаний в 2016 году относительно 2012 года возросла почти в 2 раза.

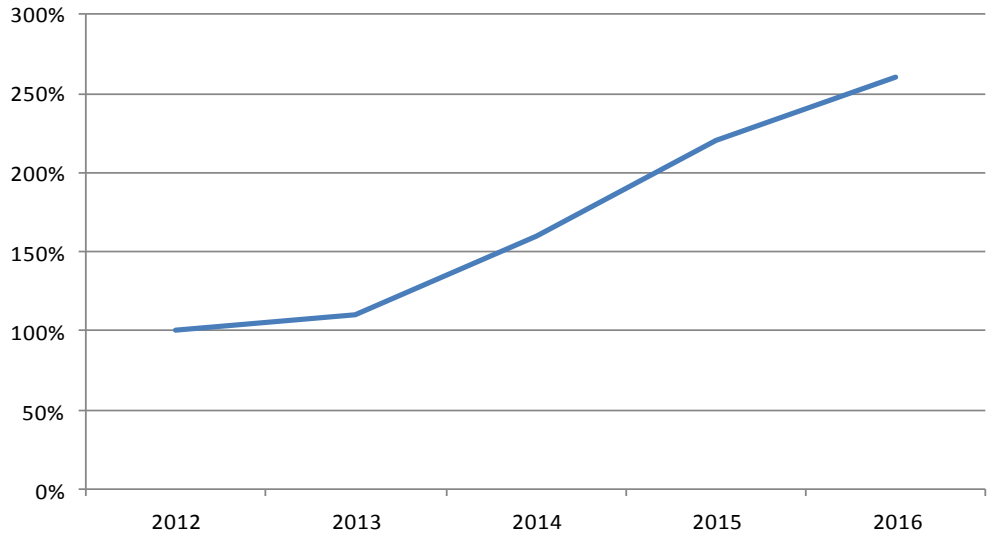

Рис. 1. Динамика стоимости корзины «Высокие технологии»

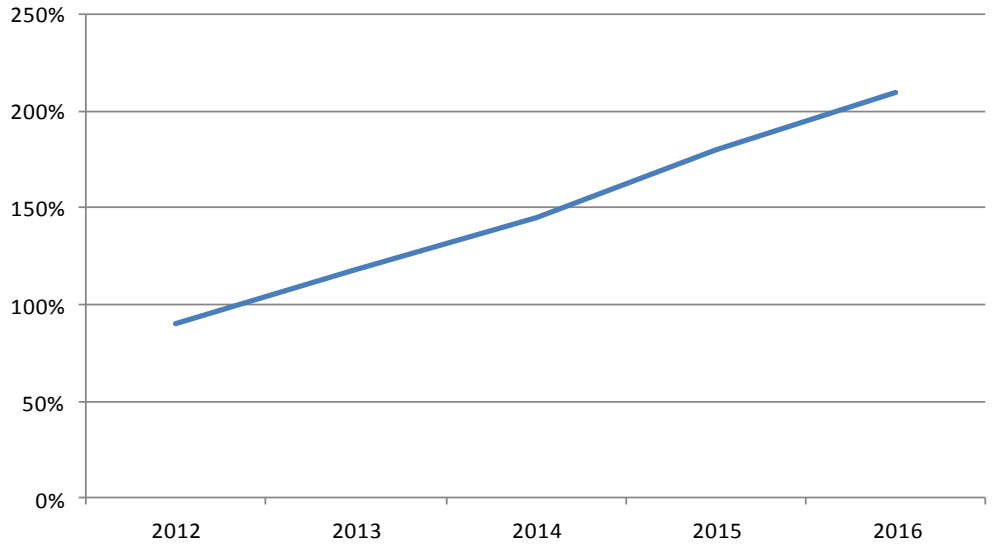

Рис. 2. Динамика стоимости корзины акций фармацевтических компаний

В последние годы многие инвесторы ориентируются на компании, которые зарабатывают на зависимостях людей или военных действиях. Тем не менее, направление инвестирования «Уверенный выбор» набирает все большее количество долгосрочных договоров. Динамика стоимости корзины акций за 2012-2015 годы, представленная на рис. 3, подготовлена по данным [1]. Так, стоимость корзины акций в 2016 году относительно 2012 года возросла в 2,5 раза.

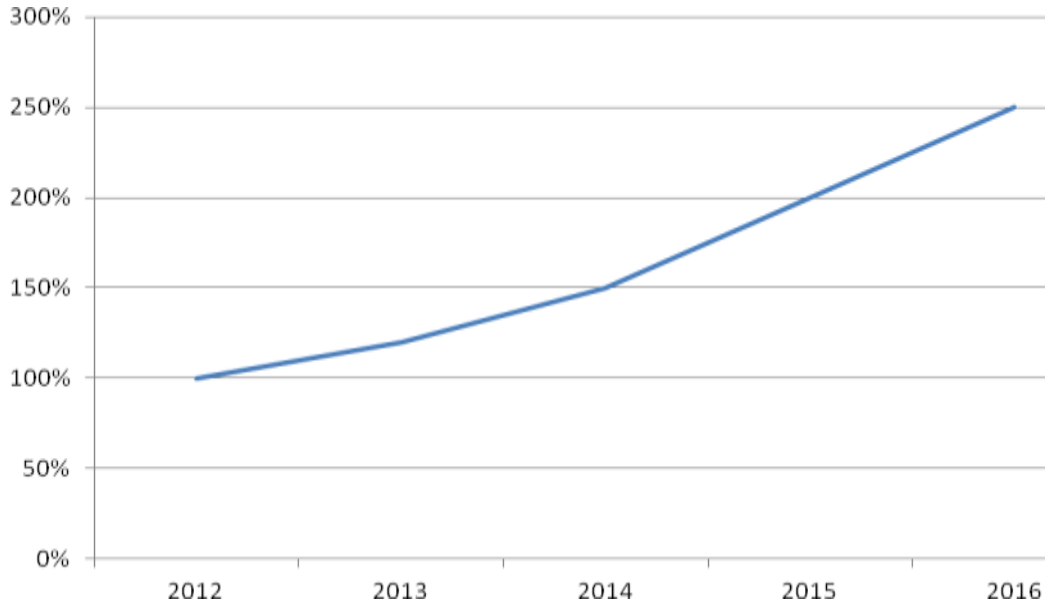

Рис. 3. Динамика стоимости корзины акции

Сравнительно новой программой страхования является «Управление капиталом». Денежные средства инвестируются в Паи ПиФов акций, например таких компаний как «ВТБ Капитал», «Сбербанк Управление активами», «РГС Управление активами» и другие. В этой программе страховая компания гарантирует возврат взносов клиента по окончанию действия договора. Если же расторжение происходит ранее окончания договора, то выплачивается только выкупная сумма. Таким образом, индивидуальный доход рассчитывается по представленной формуле:

$$ИД = СС : Кнач * Куч * Ккон * БА,$$

где ИД - индивидуальный доход;

СС – страховая сумма (вложенные деньги), величина фиксированная;

Кнач – курс иностранной валюты на начало действия договора, величина фиксированная;

Куч – коэффициент участия, является фиксированной величиной на начало действия договора (меняется один раз в конце каждого месяца);

БА – базовый актив.

Денежные средства как инвестируемые вложения, на мой взгляд, целесообразно периодически диверсифицировать с использованием консервативных инструментов. Доля этих инструментов может резко увеличиваться в случае падения рынка страховых услуг. В результате, несмотря на всевозможные сценарии поведения этого рынка, гарантируется возврат внесенных средств по окончанию действия договора.

Список литературы

1. www.RGS.ru.

УДК 338.242.4

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ
STATE REGULATION OF IMPORT-REPLACING CLA-STERN POLICY OF HIGH-TECH INDUSTRIAL DEVELOPMENTS

Виктор Федорович Кузин, Татьяна Александровна Лачинина,
Елена Анатольевна Скоробогатова
Viktor Fedorovich Kuzin, Tatiana Alexandrovna Lachinina,
Elena Anatolyevna Skorobogatova

Российская инженерная академия, Россия, Москва
Russian Engineering Academy, Russia, Moscow
(e-mail: vfkuzin@mail.ru; t_lachinina@mail.ru)

Аннотация. Современный период геополитической и геоэкономической нестабильности характеризуется обострением отношений между Россией и странами ЕС и США, сопровождающееся санкционным давлением, уменьшением импортонаправленного торгового потенциала на РФ, в т.ч. за счет российских контрсанкционных мероприятий. В связи с этим импортозамещающая политика экономического развития России приобрела особую актуальность в контексте сохранения национальной безопасности.

Abstract. The modern period of the unstable geopolitical and geo-economic relations is characterized by the worsening of relations between Russia and the EU countries and the USA, resistance-vozdushna sanctions pressure, decrease importantprovider trading potential of Russia, including due to Russian contraction events. In this respect, the import substitution policy of economic development of Russia has become particularly relevant in the context of preserving national security.

Ключевые слова: высокие технологии, инновации, импортозамещение, кластер, государственная политика.

Keywords: high technologies, innovations, import substitution, cluster, public policy

Председатель Правительства РФ Д.А. Медведев озвучил необходимость реализации импортозамещения следующими словами: «В условиях искусственных ограничений экономических связей мы будем использовать дополнительные стимулы для сокращения зависимости от импорта. Более того, по некоторым направлениям мы ставим амбициозные цели – полностью обеспечить потребности за счет собственного производства» [3].

Несмотря на стратегическую значимость импортозамещающей политики теоретико-методологические и научно-практические исследования и разработки имеют в основном фрагментарный характер и не охватывают весь масштаб назревших трансформационных преобразований территориально-отраслевого подхода в рамках высокотехнологичных кластерных тенденций мирового промышленного развития. В связи с этим кластерные образования, как инновационная форма организации экономического потенциала, должны рассматриваться на федеральном и региональном уровнях власти в качестве «инструментов интенсификации социально-экономического и инновационного развития региональной экономики» [1]. Ведущим вектором развития становятся промышленные кластеры, обладающие синергетическим эффектом взаимодействия составных частей, превышающим простую сумму потенциалов вне кластерных отношений.

Дефиниция *«кластер»* при переводе с английского языка имеет несколько значений: кисть, рой, гроздь, букет, щетка; концентрация, скопление, группа, сосредоточение, буквально – «расти вместе». В математике кластер обозначает фактически близкую локализацию логически связанных объектов в пределах определенного пространства. Данная трактовка применима и к экономическому пониманию данного термина.

Наиболее емкое определение термина *«кластер»* впервые привел основоположник кластерного развития американский экономист, профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер: «Кластер – это сложная территориальная пространственная форма организации экономики – совокупность постоянно взаимодействующих интегрированных независимых фирм, работающих в одной сфере или отрасли, и группа предприятий, которые оказывают основным фирмам сервисные услуги. В него обязательно входят представители регионального местного правительства, роль которых обусловлена необходимостью учета в регионе социальных интересов, не являющихся приоритетными для бизнеса, а также финансовые, образовательные, научно-исследовательские организации и специально созданные структуры, способствующие развитию кластера» [4]. Другое его определение, в котором он определяет кластер как «сконцентрированную по географическому признаку группу взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, а также торговых объединений) в определенных областях конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу» [4,256]. Портер в своих работах отмечает, что «…конкурентоспособные отрасли стран не распространены равномерно по экономике, а соединены в то, что я называю кластерами, состоящими из отраслей хозяйства страны, соединенных друг с другом различными связями» [4].

В научном сообществе установилось мнение, что термин «кластер» необходимо рассматривать как последовательность «4К»:

1. *Концентрация* – в пределах пространственно-территориальной локализации;
2. *Конкуренция* – внутрикластерное проявление борьбы за потребительский рынок, а также его удержание и расширение;
3. *Кооперация* – процесс вовлечения в механизм взаимовыгодного взаимодействия схожих предприятий и отраслей, иных организаций на местном уровне для поддержания конкурентоспособности и развития самого кластера;
4. *Конкурентоспособность* – как составная часть высокой востребованности продукции на фоне интенсивной производительности, построенной на синергии специализации и взаимодополняемости участников в технологическом процессе.

Одним из ярких примеров эффективного кластерного образования является *Кремниевая долина* в США, отличающаяся значительной сосредоточенностью высокотехнологичных компаний, основная деятельность которых сосредоточена в области IT-технологий (производство микропроцессоров, компьютерной техники, программного обеспечения, серверного оборудования, микрочипов и т.д.).

Несмотря на выраженную частную инициативу в формированиях кластерного типа необходимо отметить взаимосвязь государства с подобного рода образованиями. По мнению доктора экономических наук, профессора Яшевой Г.А. современные тенденции глобализации «позволяют сформулировать *кластерную политику* как деятельность органов государственной власти по разработке целей, принципов и методов стимулирования организации и развития кластеров и сетевых взаимосвязей повышения конкурентоспособности национальных / региональных экономик» [5, 2]. Мероприятия, направленные на решение целей и задач кластеризации в рамках институциональных установок, позволяют сформировать *кластерную политику* в качестве деятельности органов власти в определении приоритетов, принципов и методов развития кластеров и стимулирования сетевого взаимодействия. В практическом аспекте кластерная политика находит свое оформление в *кластерной стратегии,* пред-

ставляющая собой реализацию организационных моментов формирования кластеров и мероприятий по достижению оптимального сетевого сотрудничества в едином формате реализации кластерной политики. Последовательность мероприятий, состав, сроки реализации, описание средств и определение ответственных исполнителей регламентируется *кластерной программой.* Таким образом, кластерная стратегия является составной частью концепции инновационного развития и конкурентоспособности, ранжированная по уровням управления. На микроуровне кластерная стратегия выражена в привлечении в деятельность кластерного образования предприятий, на мезоуровне она представлена региональной кластерной стратегией, макроуровень отождествлен с национальной кластерной политикой.

Влияние государства в становлении кластеров, особенно инновационных, степень участия государственных структур в уже состоявшихся кластерных образованиях является наиболее актуальной в государственном управлении и в научной полемике. Концепция К. Кетельса (Ch. Ketels), получившая наибольшее одобрение в Европе [2], опирается на следующие положения:

- Государственная политика не должна вмешиваться в приоритеты внутрикластерного развития, производить отбор будущих субъектов формирующегося кластера;

- Государство должно принимать действенное финансовое участие в кластерных инициативах, в т.ч. через их инициирование;

- Государство должно быть транспарентным для различного рода конструктивных предложений, принимать деятельное участие в их реализации, быть информационно «открытым»;

- Государственные структуры должны поддерживать статус дееспособного субъекта в процессе эффективного функционирования кластера, а также в его развитии через различные механизмы и инструментарий.

Однако степень участия и влияния в кластерных технологиях различных государств сугубо индивидуальна и зависит от внутренней политики и экономической конъюнктуры. Научное сообщество, изучая вмешательство государства в процесс идентификационного определения и становления промышленно-инновационных кластеров, отмечают его *тройственную роль* в статусе регулирующего звена, функцией которого является определение правил взаимодействия субъектов т.н. *«тройной спирали»* (самого государства, бизнес-сообщества, науки и образования), инициировании генерации, развития и сохранения благоприятных условий инвестиционно-инновационной среды, выстраивания горизонтальной сетевой конфигурации бизнес-сообществ и предпринимательских структур в качестве собственника предприятий и непосредственного равноправного участника кластерного процесса.

Как свидетельствует практическая реализация теоретических наработок кластеризации, кластеры развиваются и функционируют эффективнее при инициировании процесса «снизу вверх», при заинтересованности самих участников в продуктивной деятельности кластерной единицы. Иными словами, ключевым фактором в деятельности кластерного формирования является степень вмешательства государства в процесс кластеризации. Экспертная полемика по данному вопросу сводится к следующим возможностям и ограничениям государственного регулирования:

1) Ограничением является естественное развитие кластерной единицы, что является фактором, направленным на минимизацию административно-управленческого ресурса, тем самым предотвращению инициации государством искусственно сформированной недееспособной кластерной единицы. Позитивными возможностями в данном случае являются государственные гарантии, идейное продвижение самого кластера, обеспечение реализации инфраструктурные проектов, тем самым формируя «мягкую и «жесткую» инфраструктурную составляющую;

2) Ограничение связано с внутрикластерными горизонтальными контактами, в связи с этим отношения государства и инновационных межфирменных сетей вступают в противоречия по принципу «иерархия против гетерархии», что является деструктивным элементом в данной системе взаимодействий. С другой стороны, описанная особенность может восприниматься как возможность стабилизирующего влияния власти на внутренние процессы функционирования высокотехнологичных инновационно-промышленных формирований сетевого типа, тем самым выступая в качестве регламентирующего фактора в контуре кластера;

3) Ограничения финансовой направленности, поскольку генерация и последующее развитие кластерного образования требует значительных денежных вливаний. В данном случае государство должно взять на себя функцию активного инвестиционного агента и посредника в различных значимых проектах – социально-экономических, природно-экологических, инфраструктурных и пр., обеспечивающих позитивную динамику эволюционирования кластера.

Государственная кластерная политика является приоритетной стратегией инновационного развития территориальных кластерных образований во многих странах мира (Германия, США, Франция, Швеция, Финляндия, Индия, Япония и многие другие). Продуктивно вовлечены в процесс оформления рекомендаций по реализации эффективных кластерных технологий на национальном уровне ведущие международные структуры – Всемирный банк, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Европейская комиссия, Азиатский банк развития.

Стратегия кластеризации ведущих индустриальных государств включает разностороннюю совокупность механизмов и инструментов активации, мотивирования и поддержки развития территориальных кластеров, что подразумевает формирование специализированных структур (консультативных, координационных, экспертно-аналитических в различных областях). Государственные мероприятия в сфере кластерных инициатив подразумевают организационно-управленческую и экспертно-аналитическую протекцию кластерных технологий в регионе, включая прямые финансовые вливания в программы проектной инновационной кластеризации территории.

В РФ реализуются следующие форматы государственной поддержки региональных кластерных образований:

- субсидирование статей бюджетов субъектов из федерального центра, подразумевающие мероприятия в рамках реализации программ развития инновационных территориально-промышленных кластеров;

- всесторонняя поддержка реализации мероприятий развития инновационных территориальных кластеров, являющихся составной частью федеральных целевых и государственных программ РФ;

- вовлечение различных государственных институтов в процесс реализации программ развития высокотехнологичных региональных кластеров;

- налоговые преференции, распространяемые на кластерные образования, находящиеся в юрисдикции определенного субъекта РФ;

- привлечение монополий, в т.ч. с государственным участием, для осуществления реализации программ развития инновационных территориальных кластеров.

Несмотря на все большую практическую значимость кластерного подхода в высокотехнологичной промышленной политике национальная экономика и стратегия регионального развития находятся на первоначальном этапе накопления опыта по сравнению с общемировыми инновационными процессами эволюционирования кластерных технологий. В связи с этим необходимо всесторонне изучать с практической точки зрения международный опыт высокотехнологичной промышленной дифференциации кластерного развития, согласую-

щейся с импортозамещающей политикой. Основополагающие направления осуществления государственной политики поддержки промышленных территориальных кластеров представлены в табл. 1.

Одним из важнейших вопросов в развитии кластерных образований является их идентификация. В государствах, реализующих политику высокотехнологичного промышленного развития, дифференциация кластеров осуществляется через выявление «кластерных инициатив» - т.н. процесса инициализации создания кластеров. Зарекомендовало себя направление, подразумевающее ориентацию на географическую близость к «якорным» предприятиям – «локомотивам роста», составляющим ядро кластерной структуры.

Таблица 1. Политика развития инновационных территориальных кластеров

Реализуемая политика	Территориально-отраслевой подход	Инновационно-ориентированный подход	Основные направления кластерного развития
Политика развития на региональном уровне	Трансфер ресурсов из благополучных территорий в кризисные	Формирование самодостаточных конкурентоспособных регионов при мобилизации различных инструментов и ресурсного потенциала	- высокотехнологичное развитие депрессивных регионов; - содействие компаниям малого и среднего уровня; - широкий диапазон применения наработок отраслевого подхода; - стимулирование «центров развития» - «якорных» предприятий (actors) в кластерной структуре; - всестороннее развитие инфраструктурных проектов
Политика научного и высокотехнологичного развития	Реализация точечных (индивидуальных) проектов	Реализация совместных комплексных исследований в производственно-технологической сфере, имеющих коммерческую ценность в виде компонента прироста потенциала	- развитие высоких технологий в кластерном образовании; - приобщение бизнес-сообщества к «новым» знаниям в процессе предпринимательской деятельности; - технологичное содействие малым и средним компаниям в процесс инновационного кластерного развития
Политика в сфере промышленного развития	Поддержка предприятий национального значения на государственном уровне	Многопрофильные мероприятия поддержки разносторонних компаний и фирм, уделяя особое внимание малому и среднему бизнесу	- ведущая роль предприятий «локомотивов роста»; - технологическая адаптация малых и средних фирм; - формирование привлекательной конкурентной среды с целью привлечения иностранных инвестиций и зарубежных технологических лидеров: - поддержка предприятий и отраслей, находящихся в процессе технологического перевооружения

Зарубежный опыт свидетельствует о прогрессивной форме эффективного стимулирования развития региона через кластерные инициативы, что сказывается на формировании благоприятных условий для занятости населения, росте доходов регионального бюджета, инвестиционной привлекательности и социально-экономическом благополучии. С целью следования данным тенденциям эффективного развития территорий государству необходимо осуществлять координирующую поддержку кластерной политики высокотехнологичного промышленного развития в целом, кластерных образований – в частности, что должно найти свое отражение в устранении административных барьеров, развитии экспортоориентированного импортозамещения, синергетической консолидации науки, образования и промышленного потенциала, инфраструктурной направленности развития высокотехнологичных кластеров.

Импортозамещающая кластерная политика представляет собой необходимую эффективную институционально-стратегическую меру обеспечения экономической и национальной безопасности РФ и ее субъектов как определяющий аспект устойчивого высокотехнологичного развития конкретной российской территории в условиях геоэкомических и геополитических угроз. Кластерная политика импортозамещения в рамках региональной промышленной политики является спусковым механизмом продуктивного использования производственно потенциала, ресурсной базы и научно-технических возможностей высокотехнологичного прорыва реиндустриализации в национальном масштабе, что расширяет палитру потенциальных факторов эффективного регионального развития и государства в целом. Задействование с этой целью зарубежных игроков в кластерной структуре в определенной степени затрагивает интересы крупных международных компаний, что будет способствовать применению ими широкого диапазона инструментов с целью сохранения своей ниши на общемировых рынках. Данная тенденция является действенным фактором трансформации процесса импортозамещения с компетенции регионов на уровень федерального значения.

Список литературы

1. *Котлярова С.Н.* Формирование кластерной политики в регионах России // Экономика региона. 2012. № 2. С. 306-315.

2. Кристиан Кетельс о кластерах и умной специализации: «Приоритеты регионального развития должны иметь качественную доказательную базу» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cluster.hse.ru/news/2245/ (03.05.2017).

3. Отчет о результатах деятельности Правительства Российской Федерации за 2013 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://m.government.ru/news/11875/ (05.05.2017).

4. *Портер М.* Конкуренция / пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 698с.

5. *Яшева Г.А.* Кластерная политика в повышении конкурентоспособности национальной экономики: методика формирования // Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск №11. Июнь 2007 г. С. 1-8.

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

УДК 316.613.5

ДОВЕРИЕ В ПРОЦЕССАХ ДЕЛОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
TRUST IN BUSINESS INTERACTION PROCESSES

Ирина Викторовна Антоненко
Irina Victorovna Antonenko

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(ivantonenko@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрено основное содержание социально-психологического феномена доверия. Представлены факторы и механизмы функционирования доверия в деловом взаимодействии. Показано значение доверия для эффективной деловой коммуникации.

Abstract: The main content of the social-psychological phenomenon of trust is examined. Factors and mechanisms of the functioning of trust in business interaction are presented. The value of trust for effective business communication is shown.

Ключевые слова: доверие, проблема доверия, факторы доверия, деловое взаимодействие, эффективная коммуникация.

Keywords: trust, trust problem, trust factors, business interaction, effective communication.

Современное общество функционирует как система многомерного взаимного доверия. Доверие лежит в основе большинства процессов социальной, в том числе деловой коммуникации. Только определенный уровень взаимного доверия сторон позволяет вообще состояться социальной коммуникации и направить ее в конструктивное русло. Проблема доверия сегодня достаточно хорошо проработана в гуманитарной науке [3-5; 7-12]. В то же время современное кризисное состояние общества, в котором имеет место массовое явление недоверия различных социальных слоев населения друг к другу, общества к государству, недоверие в личных отношениях, в мире бизнеса и т.д., актуализирует проблему доверия и делает необходимым исследование этого феномена в различных отношениях.

В российской психологической науке доверие рассматривается как фоновое условие существования других социально-психологических феноменов, и вместе с тем оно может выступать как относительно самостоятельное явление в ситуации, когда доверие по преимуществу определяет актуальное состояние психики. Доверие может быть исследовано в аспекте всех трех основных характеристик психики как системы: со стороны процесса, в качестве состояния и как свойство. В социально-психологическом срезе оно проявляется как определенное отношение личности (группы, организации) к социальной действительности и конкретным субъектам [3; 6].

Квалификация доверия как психического состояния является основным. Доверие представляет собой психическое состояние, характеризуемое в эмоциональном и интеллектуальном аспекте убежденностью в высокой степени предсказуемости благоприятного (по отношению к субъекту и его деятельности) поведения, реакций, действий со стороны контраген-

та, а в отношении интенсивности и напряженности психических процессов характеризуемого их средним или ниже среднего уровнем. Именно как психическое состояние доверие выступает одним из фоновых моментов коммуникативного процесса.

В аспекте осознанности–неосознанности доверие характеризуется как бессознательная установка на определенный вид коммуникации. Если общение протекает как доверительное, то субъекты уже решили для себя вопрос взаимного доверия, и доверие является одним из общих моментов коммуникативного процесса. В этом смысле доверие выступает как вера в истинность, или эффективность, или надежность тех или иных социальных институтов, процедур, моделей, субъектов и т.п., и в относительном смысле оппонирует знанию, которое вместе с тем как сумма опыта, как совокупное прошлое знание подпирает веру. Существенным для понимания доверия как состояния является такой момент как степень доверия, которую можно рассматривать в качестве переменной с крайними значениями: абсолютное доверие – абсолютное недоверие. В процессе делового взаимодействия его субъекты могут проявлять все значения этой шкалы от максимальной степени доверительного отношения друг к другу до полного и безусловного недоверия [1-4].

Поскольку доверие относится к целостным характеристикам психики, включающим в себя актуальные параметры различных психических процессов, то оно может быть описано со стороны этих процессов и таким образом приобретает многомерность, глубину и типологические особенности. В этом смысле может быть развито представление о типах доверия, их содержательном наполнении, обусловливающих факторах и социально-психологическом значении. Вместе с тем можно отдельно анализировать такие компоненты доверия как эмоциональное доверие, интеллектуальное, интуитивное, рассматривая также взаимосвязь мнемических и перцептивных процессов с доверием.

В процессуальном аспекте доверие имеет регулятивную функцию и обеспечивает избирательность человека по отношению к различным объектам действительности [3; 9]. Доверие как свойство является чертой определенных индивидов и характеризуется индивидуальной степенью выраженности. При этом необходимо различать инфантильную индивидуальную особенность, которая может быть описана в категориях доверчивость-недоверчивость, и зрелое качество личности, проявляемое как доверие или недоверие к определенным обстоятельствам на объективной основе. Также имеет смысл говорить о стилевых особенностях индивидуального поведения, эксплицируемых в понятиях доверительность и отстраненность (холодность).

Деловое взаимодействие представляет собой сложный коммуникативный процесс, детерминируемый десятками и сотнями различных факторов в многомерном контексте социальной реальности. В социально-психологическом отношении оно развертывается, в частности, как трансакция взаимных ожиданий и обусловливаний, выстроенных в континуальном поле психологического пространства, трансформируемом и транслируемом в социальную действительность. Фактор доверия-недоверия существенным образом корректирует этот процесс, организуя всю возможную палитру деловых отношений. 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. Поэтому доверие может быть классифицировано как социально-психологический феномен, проявляющийся в межличностном и межгрупповом пространстве. Оно имеет не только психологическое и социально-психологическое содержание, но и приобретает этическое, юридическое, экономическое и иное социальное наполнение в зависимости от конкретных ситуаций социального взаимодействия.

Доверие как социально-психологическое явление имеет свой онто- и филогенезис, а также факторы, детерминирующие его актуальные характеристики. Эти факторы в целом яв-

ляются социально обусловленными и могут иметь постоянное (с незначительными флуктуациями) значение, быть длительно действующими, временными или текущими (имеющими место только в настоящий момент). Чем более постоянное значение имеет тот или иной фактор доверия, тем ранее он был сформирован в онтогенетическом развитии индивида [3; 5; 6].

Большинство исследователей подчеркивает, что степень доверия (как характеристика конкретной личности) формируется в раннем детстве и затем выступает системным свойством, определяющим постоянные способы взаимодействия индивида с миром. Это устойчиво действующий фактор с константным значением, в какой-то степени корректируемый другими процессами и состояниями. Он может быть описан как онтологическое (или основополагающее) доверие. На него накладывается определенный отпечаток, связанный с последующим развитием индивида, но вместе с тем оно всегда продолжает сохранять свой онтологический статус. Именно онтологическое доверие лежит в основе того, что весь социум функционирует как система многомерного взаимного доверия. Доверие рождается из социальной реальности в процессах ранней социализации и затем постоянно возвращается в нее как действующий фактор социальной коммуникации [3; 5; 7; 9].

Касательно сферы деловых взаимоотношений эмпирический анализ показывает, что степень доверия–недоверия конкретного субъекта в актуальной ситуации определяется следующими факторами: онтологическим доверием; доверием к себе; привычностью (рутинностью) выполняемых процедур; уровнем всеобщего доверия как культурного феномена в данной социальной среде; опытом взаимодействия субъекта в деловой среде вообще и в конкретной экономической нише, в частности; опытом взаимодействия с данным деловым партнером; открытостью или закрытостью для общения этого партнера; степенью его понятности и предсказуемости (схожести); состоянием дел самого субъекта; текущей информацией о состоянии дел партнера; имиджем делового партнера, сложившемся в общественном сознании; общим состоянием дел в экономике (в первую очередь, степенью стабильности экономической ситуации); материальной, правовой и социальной защищенностью субъекта; личной (субъективной, интуитивной) оценкой; оценкой ситуации значимыми персонами, в том числе специалистами; общим состоянием личных дел индивида; оценкой степени рискованности сделки; психическим и психофизическим состоянием субъекта; а также условиями, в которых протекает деловое взаимодействие (например, строго официальная или более свободная общая атмосфера, присутствие группы поддержки, участие значимых и авторитетных для обеих сторон лиц и т.д.) [3; 6]. Видно, что часть этих факторов относится к собственно психофизической, психической и социально-психологической сфере, но большая их часть является экономической, юридической, социальной. Между ними, безусловно, прослеживаются определенные корреляции, которые нуждаются в более детальном анализе. При этом некоторые из действующих причин имеют характер опосредованного доверия (доверие через доверие): доверию к выводам специалистов предпослано доверие к самим специалистам.

В отношении отдельных факторов, обусловливающих уровень доверия, эмпирическое исследование обнаруживает некоторые парадоксальные зависимости. Например, если состояние дел самого индивида благополучно – то уровень доверия к партнерам (при прочих равных условиях) высокий, если неблагоприятно – низкий. Но если его положение приобретает критический характер, то может быть обнаружена парадоксальная фаза: когда ситуация катастрофически плоха, индивид может проявить высокий уровень доверия к совершенно ненадежным обстоятельствам (хотя это весьма индивидуальная особенность, характеризующая только часть респондентов).

Также к сложным и неоднозначным по своему действию факторам относится состояние личных дел. Как позитивное, так и негативное состояние личной жизни может приводить как к большему, так и к меньшему доверию в рабочем процессе и, зачастую, также характеризуется парадоксальностью реакций. Это определяется всей системой личностных установок, представлений, иерархией ценностей и их взаимодействием. Хотя в целом основные зависи-

мости носят линейный и достаточно прогнозируемый характер: хорошее положение дел делового партнера, стабильное состояние экономики, личная позитивная оценка, позитивная оценка значимых людей и специалистов, материальная, правовая и социальная защищенность – это те факторы, которые повышают уровень доверия, и соответственно – их противоположности – снижают.

Доверие как проявленное отношение к другому (партнеру, подчиненному, организации) выступает действенным фактором управления ситуацией: доверие обязывает. 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. Понимание структуры доверия, составляющих его моментов, свойств и форм, его значения в деловом мире, факторов, определяющих степень доверия, позволяет целенаправленно организовывать мероприятия, приводящие к улучшению атмосферы деловой коммуникации, усилению и развитию взаимного доверия, а значит и к большей социальной и экономической эффективности.

Список литературы

1. *Антоненко И.В.* Доверие в процессах делового взаимодействия // Проблемы социальной психологии XXI столетия. Т.1. / под ред. В.В.Козлова. Ярославль: МАПН, 2001. С.38-43.

2. *Антоненко И.В.* Социально-психологическое исследование феномена доверия в сфере деловых отношений. М.: ГУУ, 2003.

3. *Антоненко И.В.* Социально-психологическая концепция доверия. М.: Флинта; Наука, 2006.

4. *Антоненко И.В.* Социальная психология доверия // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 8 частях. Часть 7 / под ред. В.С.Белгородского, О.В.Кащеева, В.В.Зотова, И.В.Антоненко. М.: МГУДТ, 2016. С.31-39.

5. *Зинченко В.П.* Психология доверия. Самара, 2001.

6. *Карицкий И.Н.* Психологические практики в социальном пространстве // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 8 частях. Часть 7 / под ред. В.С.Белгородского, О.В.Кащеева, В.В.Зотова, И.В.Антоненко. М.: МГУДТ, 2016. С.214-221.

7. *Купрейченко А.Б.* Психология доверия и недоверия. М.: ИП, 2008.

8. *Селигмен А.* Проблема доверия. М.: Идея-Пресс, 2002.

9. *Скрипкина Т.П.* Доверие в рекрутинговой деятельности как фактор эффективности управления человеческим ресурсом // Вестник Университета российской академии образования. 2013. № 3. С. 8-17.

10. *Шо Р.Б.* Ключи к доверию в организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. М.: Дело, 2000.

11. *Eisenstadt S.N.* Power, trust, and meaning. Chicago: University of Chicago Press, 1995.

12. *Misztal B.* Trust in Modern Societies: The Search for the Bases of Social Order. Polity Press, 1996.

УДК 323.2

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ
PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP AS INSTRUMENT OF REALIZATION OF SOCIAL POLICY

Николай Николаевич Губачев
Nikolai Nikolaevich Gubachev

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(nn_gubachev@mail.ru)

Аннотация: В работе рассмотрены предпосылки и теоретические принципы налаживания государственно-частного партнерства в социальной сфере, ГЧП рассматривается как инструмент государственного управления социальной политикой. Привлечение частного финансового и интеллектуального капитала для обеспечения повышения эффективности управления социальной сферой.

Abstract: The paper studies the background and theoretical principles of adjustment of public-private partnership in the social sphere. The PPP is considered as the instrument of public administration by social policy. Attraction of the private financial and intellectual capital for ensuring increase in effective management of the social sphere.

Ключевые слова: социальная политика, инструментарий, государственно-частное партнерство, образование, человеческий капитал, управление, инвестиции, инфраструктура.

Keywords: social policy, tools, public-private partnership, education, human capital, administration, investment, infrastructure.

Одним из способов привлечения частного бизнеса в инновационную сферу и разделения государством совместно с инвестором первоначальных рисков являются государственно-частные партнерства (ГЧП).

Международный и российский опыт показывает, что сотрудничество между государством и бизнесом, осуществляемое в форме государственно-частного партнерства (ГЧП), является высокоэффективным инструментом (механизмом) достижения устойчивого экономического роста субъектов и государства в целом, что является ключевым условием успешной реализации социальной политики. ГЧП предполагает использование концессионных механизмов, аутсорсинга, привлечение частных инвестиций в развитие инфраструктуры, включая социальную сферу.

Государственно-частное партнерство является альтернативой прямому бюджетному финансированию. Фактически, это использование государством возможностей предпринимательства для решения своих собственных задач, в первую очередь в реализации инфраструктурных проектов и развития социально-культурной сферы. В определенной степени государственно-частное партнерство является дополнительным источником негосударственного финансирования общественно значимых проектов.

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года определяет, что основные приоритеты социальной и экономической политики России включают в себя налаживание институтов частно-государственного партнерства, развитие его механизмов для инвестиционных целей, в целях содействия повышения конкурентоспособности ведущих отраслей экономики.

Концепция указывает, что развитие сектора социальных услуг на принципах частно-государственного партнерства, обеспечивающего рост доли частных и автономных учреждений в сфере социальных услуг для населения, оказывает позитивное влияние на качество экономического роста страны. С точки зрения государственного регулирования экономики ГЧП направлено на привлечение организаций частного сектора к реализации ресурсо- и капиталоемких инфраструктурных проектов, а также на обеспечение развития производственной деятельности в широком спектре отраслей экономики и, в конечном счете,– повышение уровня жизни населения. ГЧП как инструмент государственного управления и реализации социальной политики способно в значительной степени устранить проблемы отбора инвестиционных проектов в системе органов публичной власти. Во-первых, частные инвесторы, привлекая финансирование, обладают необходимыми компетенциями и мотивацией для принятия более эффективных решений и отбора более эффективных проектов. Так, частные компании склонны более верно оценивать прогнозные выручку, затраты и риски по проектам, но главное – они не склонны принимать участие в проблемных проектах. Во-вторых, специализированные частные компании способны эффективно определять инфраструктурные ограничения и формировать соответствующие инвестиционные инициативы. Использование инициатив частного сектора органами публичной власти возможно за счет применения необходимых процедур. Тем не менее, ГЧП имеет ряд ограничений при отборе проектов. Частные компании не могут оградить органы публичной власти от разработки неэффективных проектов либо от ошибок планирования: они способны только избегать такие инициативы государственного сектора. Частные компании также способны повысить качество предпроектного анализа в той степени, насколько они принимают на себя риски по проекту. Объектами государственного и муниципального управления в сфере ГЧП являются как проекты, так и институты ГЧП. Институты включают правила и нормы, регулирующие отношения между субъектами экономики по поводу ГЧП, и организации, обеспечивающие данные отношения. Развитие институтов ГЧП позволяет сформировать среду, необходимую для реализации проектов ГЧП в регионе, сфере или отрасли [1].

Проведенные в 2015 г. исследования Центра развития государственно-частного партнерства, показали, что реализуется 131 ГЧП-проект в 60 субъектах Российской Федерации, из них 70 осуществляется в форме концессий, 46 в соответствии с региональным законодательством и 14 в формах близких к государственно-частному партнерству. Общая стоимость проектов составляет 1,1 трлн рублей, из них объем частных инвестиций в проекты ГЧП составляет 913,4 млрд рублей (86,4%). В социальной сфере реализуется 56 ГЧП-проектов и в транспортной отрасли 30, энергетике, в коммунальном хозяйстве 22 и 23 соответственно [2].

Социальная инфраструктура, в которой активно используется инструментарий ГЧП, включает образование, здравоохранение, санаторно-курортное лечение, культура, социальное обслуживание и спорт. Предмет ГЧП – это отношения в процессе взаимодействия публичного и частного сектора по поводу строительства (реконструкции, модернизации), эксплуатации и управления объектами инфраструктуры. Данные отношения обладают следующими ключевыми свойствами: ГЧП объединяет два рода деятельности: инвестиции в объекты инфраструктуры; оказание услуг с помощью данных объектов либо их эксплуатация. В общем случае в проекте ГЧП в социальной политике выделяются два этапа: «затратный этап», в течение которого частная и публичная стороны инвестируют денежные средства в объекты инфраструктуры (и иные объекты, связанные с функциями публичного сектора); «доходный этап», в течение которого происходит оказание услуг с помощью данных объектов и возврат инвестиций. Наличие «доходного этапа» является ключевым отличием проектов ГЧП от государственного заказа. При этом источником дохода по проекту ГЧП может быть как выручка от оказания услуг частным лицам, так и платежи из бюджета.

ГЧП имеет долгосрочный характер и договорное оформление. Долгосрочный характер реализации проектов ГЧП следует из необходимости возврата денежных средств, вложенных частной стороной (в отличие от государственного заказа). Средний срок реализации проектов ГЧП составляет более 10 лет. При этом самым длительным является именно «доходный этап», тогда как «затратный» в целом сравним по срокам с государственным заказом.

Государственно-частное партнерство предполагает разделение проектных рисков между сторонами. Под «рисками» здесь понимаются вероятные изменения показателей проекта, прежде всего связанные с доходами и расходами. Разделение рисков является обязательным условием отношений ГЧП. При этом наибольшую сложность представляет поиск оптимального распределения рисков в зависимости от специфики проекта ГЧП.

Общее правило таково – каждый риск по проекту несет та сторона, которая способна наилучшим образом им управлять. Сложность в реализации этого правила заключается в том, что с одной стороны, частный инвестор стремится увеличить доход и поэтому склонен недооценивать риски проекта ГЧП (прямая зависимость «риск-доход»), а с другой стороны, публичный орган стремится снизить ответственность и поэтому склонен завышать риски, передаваемые частному сектору (обратная зависимость «риск- доход/ответственность»).

Использование механизма ГЧП позволяет привлечь дополнительные финансовые ресурсы в проект из внебюджетных источников. Взаимодействие с частными инвесторами позволит использовать рыночные процедуры отбора наиболее эффективных проектов. Опыт реализации ГЧП проектов свидетельствует о том, что случаи превышения сметной стоимости и сроков реализации намного реже, нежели при механизме государственного заказа (см. рис. 3). Реализация проектов ГЧП также позволяет повысить качество оказания услуг и снизить затраты при эксплуатации объектов инфраструктуры.

Выделяются следующие преимущества и сложности применения механизмов ГЧП для преодоления инфраструктурных ограничений в социальной политике. Потенциальные преимущества использования ГЧП 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.

Управление проектами ГЧП требует от органов государственной и муниципальной власти новых управленческих компетенций, которые определены в государственном стандарте по подготовке 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.

Рассмотрим возможности и ограничения ГЧП при финансировании инвестиционных проектов. Если развитие инфраструктурного комплекса, необходимое для экономического роста и реализации социальной политики, сдерживается ввиду недостатка доходов бюджета, органы государственного и муниципального управления используют инструменты ГЧП, что дает им возможность удовлетворить потребность в инфраструктуре в текущем периоде за счет будущих бюджетных доходов. ГЧП позволяет обеспечить дополнительные источники финансирования инфраструктурных объектов. Во-первых, ГЧП позволяет взимать плату с пользователей объектов инфраструктуры, создавая дополнительные бюджетные доходы. Во-вторых, ГЧП также позволяет повысить эффективность эксплуатации объектов инфраструктуры и, таким образом, высвободить дополнительные ресурсы. Другими словами, ГЧП

является эффективным способом привлечения инвестиций в инфраструктуру, если бюджет имеет стабильные источники финансирования и приемлемую долговую нагрузку. Проекты ГЧП являются источником долгосрочных расходных обязательств бюджета. В силу того, что такие обязательства имеют длительный срок, они подвержены дополнительным рискам и угрозам, которые сложно оценить и спрогнозировать [3].

Государственно-частное партнерство включает множество форм, имеющих различные наименования и используемых в широком спектре инвестиционных сделок и отраслей инфраструктурного комплекса. Наиболее оптимальными в сфере реализации социальной политики являются договорно-правовые формы ГЧП. К договорно-правовым формам ГЧП относятся: а) концессионные соглашения в соответствии с Законом о концессиях; б) соглашения о государственно-частном партнерстве; в) неконцессионные договорные формы, предусмотренные ГК РФ. Выделенные формы ГЧП имеют отличительные характеристики, на которые представителям органов государственного и муниципального управления рекомендуется опираться при проработке отношений в рамках конкретного проекта ГЧП [4].

Кроме того, к разновидностям договорных форм ГЧП часто относят договор аренды с инвестиционными условиями. Его условия предполагают вложение арендатором инвестиций за счет собственных или заемных средств в развитие (реконструкцию) арендуемого имущества (в том числе в социальной сфере). При этом арендатор лишь пользуется арендуемым имуществом за плату и несет ответственность за его надлежащую эксплуатацию и содержание. Обязанность по развитию такого имущества по-прежнему лежит на органах публичной власти.

Реализация проектов ГЧП в социальной сфере в целом и в образовании в частности, имеет ряд особенностей, среди которых достаточно медленное развитие сферы в силу имманентных особенностей ее функционирования, высокая степень зависимости от частных подрядчиков при исполнении строительно-монтажных работа, а также при контрактации в интересах материально-технического обеспечения. Значимым фактором является возможность долгосрочного планирования и прогнозирования объемов инфраструктурных и материальных потребностей сферы образования на основе демографических данных.

С другой стороны, публичные органы в значительной степени несамостоятельны в заключении соглашений о ГЧП по причине значительной степени зарегулированности процедуры в интересах обеспечения конкуренции на рынке строительных подрядов и материально-технического снабжения, а также из-за целого ряда иных причин: непрозрачность, высокая степень политизации принимаемых решений, распределение полномочий между различными уровнями власти (региональный и муниципальный) и множественная подведомственность. Всё перечисленное обусловливает высокий уровень политических рисков для частного инвестора на фоне ограниченных возможностей эти риски урегулировать.

Драйверами развития ГЧП в социальной сфере вообще и в сфере образования в частности является интерес частного бизнеса к предоставлению образовательных услуг по переподготовке и повышению квалификации не только управленческих кадров, но и основного и вспомогательного персонала. С этой точки зрения представляется оправданным разработать систему типовых форм организации взаимодействия в интересах корпоративного сегмента, с тем чтобы вывести внутрикорпоративные образовательные инициативы на «широкий рынок» и синхронизировать возможности существующих образовательных учреждений с потребностями работодателей. Имеющиеся в регионах пилотные проекты могли бы быть тиражированы по всей стране на основе изучения лучших практик и исключения негативного опыта.

В существующих научных и научно-практических публикациях не представлено единого определения ГЧП, равно как и нормативно-правовые акты различных стран предлагают различные подходы к идентификации данного феномена. Большинство определений ГЧП раскрывается через его свойства, проявляющиеся в следующем:

– распределение рисков, выгод и издержек рассматривается в качестве неотъемлемой характеристики и условия партнерства;

– заинтересованность публичного сектора в использовании частного капитала для решения своих задач;

– ограниченность возможностей государства в долгосрочной перспективе на фоне растущих потребностей общества в режиме «здесь и сейчас» [5].

Формы государственно-частного партнерства раскрыты в научной литературе достаточно широко. Однако все они в основе своей структуризации имеют финансовый критерий, что позволяет исследователям подробно рассматривать преимущества и недостатки их реализации в стоимостном ключе, учитывая распределение прав, обязанностей и результатов реализации партнёрских отношений. В то время как организационно-административные и правовые аспекты, позволяющие создавать и реализовывать принципиально иные механизмы остаются вне исследовательского поля.

Список литературы

1. *Казанцев А.К., Рубвальтер Д.А.* Государственно-частное партнерство в научно-инновационной сфере. Научная мысль. –М.:ИНФРА-М, 2016, 289 с.

2. *Кабашкин В.А.* Государственно-частное партнерство в регионах Российской Федерации. – М.: Издательский дом «ДЕЛО», 2016, 117 с.

3. *Борщевский Г.А.* Государственно-частное партнерство. Учебник и практикум. – М. ЮРАЙТ, 2015, 343 с.

4. *Губачев Н.Н., Одинцова О.В.* Государственно-частное партнерство. М.:МГУДТ, 2016, 139 с.

5. *Кубарев Е.Н.* Формы партнерства государства и частного бизнеса в инвестиционном процессе» // Проблемы современной экономики. - 2008. - N 2(26), 12 с.

УДК 338.2

ГАРМОНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ И ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ С УЧЕТОМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
HARMONIZATION OF TRADE AND INDUSTRIAL POLICY TAKING INTO ACCOUNT ECONOMIC SAFETY

Владимир Владимирович Зотов
Vladimir Vladimirovich Zotov

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: vvzotov777@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены факторы, влияющие на экономическую безопасность страны и регионов, возникающие вследствие нарушения взаимосвязи и взаимовлияния промышленной и торговой политики.

Abstract: The article considers the factors influencing economic safety of the country and regions, arising from the breach of the relationship and interaction of industrial and trade policy.

Ключевые слова: либерализация, отрасль, торговая и промышленная политика, гармонизация.

Keywords: the liberalization of industry, trade and industrial policy harmonization.

Гармонизация промышленной и торговой политики государства посредством взаимного согласования, унификации, координации соответствующих мер и действий имеет целью обеспечить независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и совершенствованию [6].

Для решения проблем гармонизации необходимы адекватные методы и подходы, основывающиеся на глубоком знании теоретических основ развития и совершенствования промышленных и торговых отношений. Проведение эффективной и гармоничной промышленной и торговой политики с учетом экономической безопасности является одним из важнейших факторов успеха экономического развития страны.

Взаимное согласование (гармонизация) промышленной и торговой политики любого государства обусловлена необходимостью улучшения качества жизни населения, обеспечения национальной безопасности посредством повышения уровня конкурентоспособности экономики, развития инфраструктуры и институциональной среды.

Проблемы обеспечения экономической безопасности страны, стабильного экономического развития государства и общества стоят перед всеми странами мира. Современное социально-экономическое положение России предопределяет чрезвычайную актуальность целенаправленной деятельности государства в сфере обеспечения экономической безопасности страны, российского общества и каждого гражданина в отдельности.

Понятие «экономическая безопасность» очень тесно связано с понятием «национальная безопасность». Термин «национальная безопасность» закрепился в современном мире и стал частью внутренней и внешней политики многих стран. Поскольку экономика является одной из жизненно важных сторон деятельности личности, общества и государства, то обеспечение национальной безопасности, по существу, невозможно без обеспечения экономической [6].

Экономическая безопасность - это адекватность обеспечения требуемого уровня национальной безопасности собственными финансовыми и иными необходимыми ресурсами, создание выгодных условий для развития экономики и повышения уровня конкурентоспособности страны и закрытость жизненно важных интересов личности, общества и государства в экономической сфере от внутренних и внешних угроз.

Экономическая безопасность состоит, по своей сути, из трех частей:

Первая - это обеспеченность финансово-экономическими ресурсами для удовлетворения требуемого уровня национальной безопасности страны, в первую очередь, ее обороноспособности за счет совершенствования и развития вооруженных сил. Эта составляющая присуща для всех наиболее развитых стран мира и по существу не вызывает ни у кого сомнения. Обеспечивается она государством исключительно за счет бюджетных средств.

Вторая - создание наиболее подходящих условий для стабильного развития экономики в стране, причем для всех легальных секторов экономики. Эти условия должны распространяться на государственный и частный сектора, в том числе, на частное предпринимательство, т.е. на все уровни - государства, общества и личности. Создание этих условий будет содействовать росту наполняемости бюджета, т.е. обеспечению первой составляющей.

Третья - защита экономических интересов государства, общества и личности от разнообразных (внешних и внутренних) угроз. Эта составляющая является особенно необходимой для всех стран, охваченных глобальной экономикой. В глобальной экономике в условиях международной кооперации любые изменения, тем более катастрофические, так или иначе отражаются на всех ее участниках, и поэтому необходимы эффективные и адекватные меры в случаях возникновения такого рода ситуаций.

В условиях суровой борьбы за особенные национальные интересы выигрыш от международной торговли единовременно получают не все страны. Инструментом такой конкурентной борьбы является торговая политика. Торговая политика - это политика воздействия государства на международную торговлю через налоги, субсидии, регулирование и стимулирование внешнеэкономической деятельности [1]. Как отмечает большинство специалистов, в

торговой политике осуществляется постоянное взаимодействие двух противоположных тенденций: либерализации и протекционизма[2].

Свобода торговли - политика минимального государственного вмешательства во внешнюю торговлю, которая развивается на основе свободных рыночных сил спроса и предложения. Политика либерализации (свободной торговли) имеет целью усиление конкуренции, открытие внутреннего рынка для иностранных товаров и капиталов. Она базируется на теории сравнительных преимуществ и ведет, в конечном итоге, к более эффективному размещению мировых экономических ресурсов и, следовательно, более высокому уровню благосостояния мирового сообщества. Протекционизм - политика, направленная на защиту (закрытие) внутреннего рынка от иностранных товаров и захват внешних рынков (защита от демпинга, создание благоприятных условий для развития сельского хозяйства и молодых отраслей, увеличение внутренней занятости и пр.)

Основополагающая задача государства в области международной торговли - помочь экспортерам вывезти как можно больше своей продукции, сделав их товары наиболее конкурентными на международном рынке, и ограничить импорт, сделав иностранные товары менее конкурентоспособными на внутреннем рынке. В результате, часть методов государственного регулирования направлена на защиту внутреннего рынка от иностранной конкуренции и поэтому относится, прежде всего, к импорту. Остальные методы имеют задачу - форсирование экспорта.

Общее направление государственной промышленной политики – выбор приоритетов в широком смысле - предписан господствующей в обществе идеологией, особенностями и характером национальных конкурентных преимуществ. Выбор же основных приоритетов, т.е. набор определенных отраслей, секторов, должен подчиняться резко очерченным и обоснованным критериям. Сотников В.Д в статье «Критерии выбора приоритетов государственной промышленной политики предлагает следующие критерии выбора эффективной промышленной политики для обеспечения экономической безопасности [4].

Первый критерий – наличие и надежные перспективы роста платежеспособного спроса (внутреннего и внешнего) на определенные виды продукции и услуг. Производство приобретает положительную количественную и качественную динамику только при увеличении спроса и изменении его структуры, а значит, при осуществлении промышленной политики необходимо исходить из того, что поддержки заслуживают в первую очередь те отрасли, продукция которых пользуется платежеспособным спросом. В том случае, если платежеспособный спрос ограничен, государство может, прежде всего, содействовать его расширению, и лишь затем идти на крупномасштабные вложения в производство удовлетворяющих его продуктов и услуг.

Производство приобретет положительную разностороннюю (качественную и количественную) динамику при условии увеличения спроса и изменении его структуры. Это означает, что при реализации промышленной политики необходимо исходить из того, что первоочередной всесторонней поддержки заслуживают отрасли, выпускающие продукцию, пользующуюся платежеспособным спросом.

Оценивая платежеспособный спрос, первоочередной задачей отрасли является ее ориентация на внутренний или на внешний рынок. Таким образом, важным параметром для начальной оценки платежеспособного спроса в импортозамещающих отраслях могут быть доля импорта в отечественном потреблении. Весомая доля импорта в отечественном потреблении свидетельствует о высоком эвентуальном спросе на данную продукцию, который в данное время по разным причинам не может быть удовлетворен национальным производителем. Незначительная доля импорта указывает на то, что потенциал роста данной отрасли ограничен.

Рост разукрупненного внутреннего спроса неодинаково влияет на различные отрасли экономики, поэтому важным фактором оценки является эластичность спроса по доходу в товарных группах. Оценка эластичности позволяет выделить эффективно развивающиеся рын-

ки (в предпосылке постоянно растущего дохода). Однако, возможности развития могут быть в большой мере ограничены конкурентными условиями. Если импорт с ростом дохода растет более высокими темпами, то рост внутреннего рынка не будет сопровождаться ростом внутреннего промышленного производства. Это явление напрямую связано с конкурентоспособностью национальных товаров.

Второй критерий – присутствием конкурентных преимуществ комплекса, отрасли или отдельного производства. Центральными являются такие преимущества, как низкая цена исходного сырья, энергетических ресурсов и рабочей силы, высокая производительность труда, минимальные затраты экологического характера, наличие весомого научного потенциала, эффективность и рентабельность производства (особое значение). Рентабельность объектов господдержки обеспечивает самостоятельное финансирование их расширенного воспроизводства и, как следствие, улучшение качественных параметров производственной базы, применяемых технологий и конечного продукта. Этот параметр особенно важен в первый период возрождения индустрии после кризиса, т.е. в условиях напряженного инвестиционного дефицита, однако с возобновлением производства расширяется круг предприятий и отраслей, выступающих в роли «дойных коров». Это позволяет расширить масштабы перераспределения финансовых ресурсов, как краеугольного рычага селективной промышленной политики, без ущерба для воспроизводства предприятий и отраслей-доноров.

Для целей разработки промышленной политики необходимо разграничивать понятия конкурентоспособностью страны и отраслевой конкурентоспособности.

Показатель конкурентоспособности страны в мировой экономике является комплексным показателем, объединяющим конкурентоспособность товара, организации, отрасли. Изучение характера конкурентных преимуществ различных стран является, по нашему мнению, немаловажным фактором в выборе модели промышленной политики. В это же время, изменение этого показателя становится индикатором качества промышленной политики в странах, в которых эта политика реализуется длительное время.

Под конкурентоспособностью отраслей понимают действенность работы отдельных отраслей национального хозяйства, оцениваемую по традиционным критериям и по показателям, описывающим степень устойчивости и динамичности отрасли в различных вариантах развития экономики данной страны и всего мира в целом.

Третий критерий – существенное мультипликативное воздействие развития избираемой отрасли, вытягивающее за собой смежные производства. Желательно, чтобы избранный и поддерживаемый сектор индустрии обеспечивал значительный и растущий спрос на продукцию и услуги сопряженных отраслей-поставщиков (сырье, материалы, комплектующие изделия, оборудование, средства коммуникации), на услуги строителей, транспортников, научно-исследовательских и конструкторских организаций.

В настоящее время первостепенной задачей развития промышленного производства с учетом экономической безопасности в России является повышение конкурентоспособности отечественной продукции. Для решения этой задачи появляется потребность в поиске путей, методов и средств сокращения зависимости российской экономики от невозобновляемых ресурсов (первоочередная задача), ускорение структурных преобразований в промышленности и подъем инвестиционной и инновационной деятельности.

Важнейшая задача современной промышленной политики – создание технологически современной, конкурентоспособной на мировом уровне промышленности на основе общирной модернизации и инновации производственных фондов в основных отраслях. Поэтому сейчас главным приоритетом в государственной промышленной политике является активизация научно-технической и инновационной деятельности [5].

Перспектива этой политики заключается в реализации системно-инновационной стратегии развития экономики, основывающейся на внедрении и использовании высокоэффективных машин и оборудования, прогрессивных технологий, обеспечивающих высокую соци-

ально-экономическую отдачу и рост конкурентоспособности страны в мировом пространстве. Исходя из вышесказанного, необходимо рассматривать гармонизацию промышленной и торговой политики России как согласованную работу по осуществлению законодательных, административных, финансово-экономических мер и действий по управлению развитием промышленности и торговли, основанных на комплементарности и взаимопроникновении, единства цели, с учетом национальных интересов.

Согласование промышленной и торговой политики приведет к гармонизации экономической политики. В свою очередь гармоничная экономическая политика, отвечающая принципам Стратегии национальной безопасности, приводит к слаженности в обеспечении экономической безопасности. Это, по мнению превалирующего числа международных исследовательских финансово-экономических институтов, и является краеугольным показателем определения конкурентоспособности страны, препятствующим или, наоборот, способствующим как привлечению иностранного капитала в России, так и экспорту отечественной продукции на мировой рынок.

Список литературы

1. *Григорьев Ю.А.* Практика внешнеэкономической деятельности. М.: Паимс, 2012. 214 с.

2. *Сенчагова В.К.*Экономическая безопасность России: Общий курс: Учебник. 2-е изд. М.: Дело, 2015. 896 с.

3. *Чернозуб О.В.* Жизнь после кризиса: Стоимостной подход к управлению частной компанией. М.: Альпина Паблишерз, 2009. 246 с.

4. Экономическая и национальная безопасность/ Под ред. Е.А. Олейникова. М.: «Экзамен», 2015. 137 с.

5. Общая теория национальной безопасности/ Под ред. А.А. Прохожева. М.: Изд-во РАГС, 2012. 235 с.

УДК 159.922+159.928.234+159.98

ПСИХИЧЕСКИЕ СОСТОЯНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ И ОБУЧЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ РЕФЛЕКСИВНЫМ ПСИХОТЕХНОЛОГИЯМ САМОРЕГУЛЯЦИИ
MENTAL STATES OF MANAGEMENT PROFILE SPECIALISTS AND SELF-REGULATION REFLEXUAL PSYCHOTECHNOLOGIES TRAINING OF SPECIALISTS

Игорь Николаевич Карицкий
Igor Nikolaevich Karitsky

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

Аннотация: Рассмотрены преобладающие профессиональные психические состояния управленцев. Показано основное содержание рефлексивных психотехнологий саморегуляции психических состояний. Раскрыты такие технологии и техники саморегуляции как актуальная самоосознанность, рефлексивное мышление, осознание потока мыслей и переживаний, проговор, переключение состояний, рефлексия самоограничений, медитация и др.

Abstract: The prevailing professional mental states of managers are considered. The basic content of reflexive psychotechnologies of self-regulation of mental states is shown. Such technolo-

gies and techniques of self-regulation as actual self-awareness, reflexive thinking, awareness of the flow of thoughts and experiences, speak out, switching of states, reflection of self-restraint, meditation and others are disclosed.

Ключевые слова: психические состояния, менеджер, психологическая практика, саморегуляция, рефлексия, технология, техника.

Keywords: mental states, manager, psychological practice, self-regulation, reflection, technology, procedure.

В самом общем виде под психическим состоянием понимают относительно устойчивое психическое явление, имеющее некоторую динамику, заключающуюся в том, что это явление возникает, какое-то время сохраняется, характеризуясь определенными параметрами, и через некоторое время завершается. В психологии существуют достаточно подробные исследования различных психических состояний, их структуры, выделены основные характеристики, факторы, предложен ряд классификаций, изучены закономерности перехода одних состояний в другие (В.Ф.Березин, В.А.Бодров, А.М.Вейн, В.А.Ганзен, Л.П.Гримак, И.Н.Карицкий, А.Кемпински, Л.В.Куликов, В.И.Лебедев, Н.Д.Левитов, В.Л.Марищук, В.Н.Мясищев, Ю.Б.Некрасова, Т.А.Немчин, Х.Патнэм, Л.Пельцман, К.К.Платонов, А.О.Прохоров, С.Л.Рубинштейн, Г.Селье, В.Ф.Сопов, Ю.Е.Сосновикова, Н.В.Тарабрина, Б.М.Теплов, Н.Ю.Хрящева, П.Экман и др. [1; 6; 7; 9; 10]). В том числе имеется ряд работ, в которых исследуются психические состояния, характерные для определенных видов деятельности, и их саморегуляция [2; 8].

Хотя не существует каких-то особых психических состояний, которые свойственны только данному виду человеческой деятельности, тем не менее, в ряде случаев можно говорить о том, что при какой-то специфической деятельности преобладает тот или иной спектр психических состояний. Это позволяет говорить о доминирующих психических состояниях работников определенной сферы деятельности. Управленческая деятельность относится к одной из наиболее напряженных, она связанна с высоким уровнем ответственности, с необходимостью принимать решения зачастую в условиях большой неопределенности и высокого риска от последствий принятых решений. Это, с одной стороны, задает специфический набор психических состояний специалистов управленческого профиля, с другой – делает необходимой овладение специалистами методами психической саморегуляции. Таким образом, профессиональная подготовка специалистов в области управления, особенно высшего управленческого персонала, требует практического освоения ими знаний о психических состояниях и их регулировании.

Анализ эмпирически констатируемых состояний у менеджеров указывает на два ведущих фактора, которые детерминируют их особенности. Первый фактор – это специфика управленческой деятельности в отличие от других видов деятельности. Второй – индивидуальные особенности личности менеджера. Первый фактор обусловливает 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.

В сфере социального 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, 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 соотнесения жизненных и профессиональных целей, и в силу этого вдруг сталкивается с последствиями собственных слабо отрефлексированных намерений и действий. Психотехнологии 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 обусловливать внешнее внутренним.

Среди важнейших рефлексивных психотехнологий 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 и т.д. [2-5]. Последовательность применения этих технологий обусловлена рядом причин, которые требуют обширного обсуждения, поэтому здесь они будут рассмотрены в произвольном порядке.

Среди довольно простых по форме приемов, 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 внешние 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 соотнесении их с текущими и стратегическими целями жизни, смыслом жизни и основными экзистенциональными установками. Профессиональная деятельность и личная жизнь не являются независимыми переменными, но выступают взаимно обусловливающими факторами. Проигнорировать 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 обусловливает привычные, но не значит – адекватные, реакции, определенный, обычно зауженный аспект видения проблем и принятия решений, стереотипы отношения и поведения и т.д. Психотехнология 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 осознавания и запоминания актуально пережитого психического содержания.

Эффективной рефлексивной техникой 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) в другое (позитивное) 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 практикой успешного менеджера.

Большой класс рефлексивных психотехнологий 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 профессионально 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 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 помогает тренинг 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 этот тренинг также тренирует готовность решать любые неразрешимые при первичной оценке жизненные или профессиональные проблемы, которых вполне достаточно в управленческой практике.

Таким образом, существует большой набор рефлексивных психотехнологий саморегуляции, которые могут применять специалисты управленческого профиля 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 эффективно управлять организацией, персоналом организации и добиваться поставленных целей.

Список литературы

1. *Бодров В.А.* Психологический стресс: развитие и преодоление. М.: Когито-Центр, 2006.

2. 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.

3. *Карицкий И.Н.* Теоретико-методологическое исследование социально-психологических практик. М.; Челябинск: Социум, 2002.

4. *Карицкий И.Н.* Психологическая практика: базовая структура. М.: МАПН, 2006.

5. *Карицкий И.Н.* Психологические практики в социальном пространстве // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 8 частях. Часть 7 / под ред. В.С.Белгородского, О.В.Кащеева, В.В.Зотова, И.В.Антоненко. М.: МГУДТ, 2016. С.214-221.

6. *Левитов Н.Д.* О психических состояниях человека. М.: Просвещение, 1964.

7. *Прохоров А.О.* Методики диагностики и измерения психических состояний личности. М.: ПЕР СЭ, 2004.

8. *Сопов В.Ф.* Психические состояния в напряженной профессиональной деятельности. М.: Академический Проект, Трикста, 2005.

9. *Ekman P.* Basic Emotions // T.Dalgleish and M.Power (Eds.). Handbook of Cognition and Emotion. Sussex, UK: John Wiley & Sons Ltd, 1999.

10. *Putnam H.* The Nature of Mental States // W.H.Capitan & D.D.Merrill (eds.). Art, Mind, and Religion. Pittsburgh: Pittsburgh University Press, 1967. P.1-223.

УДК 339.5

ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
FOREIGN TRADE ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF LIBERALIZATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Елена Владимировна Мореева
Elena Vladimirovna Moreeva

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: emoreeva@gmail.com)

Аннотация: Рассмотрены некоторые особенности либерализации внешнеэкономической деятельности, ставящей перед предприятиями задачу совершенствования внешнеторговой деятельности в условиях обостряющейся конкуренции как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Abstract: The article considers some features of the trade liberalization that commits enterprises to improving the foreign trade activity in the conditions of increasing competition in both domestic and foreign markets.

Ключевые слова: либерализация, международная торговля, национальный рынок, конкуренция.

Keywords: liberalization, international trade, national market, competition.

Глобализация мировой экономики, участие в этом процессе России означает все более тесное переплетение национальных экономик, что способствует более интенсивному развитию на этой основе внешнеэкономической деятельности. Либерализация внешнеэкономической деятельности ставит перед предприятиями задачу совершенствования внешнеторговой деятельности в условиях обостряющейся конкуренции как на внутреннем, так и на внешних рынках. Успешная внешнеторговая деятельность предполагает как совершенствование технологии производства товаров, способных выдержать конкуренцию продукции промышленно развитых стран, так и совершенствование организационно-экономических отношений по продвижению товаров на внешние рынки [4,6].

В современных условиях роль и значение внешнеэкономической деятельности предприятий в процессе интеграции России в мировую экономику с каждым днем все больше повышаются. Поэтому внешнеэкономическую деятельность российских предприятий следует рассматривать и как стратегическое направление, и как источник обеспечения их эффективного развития одновременно.

В конце восьмидесятых годов двадцатого века в СССР появилась необходимость изменения системы управления. И в связи с началом реализации внешнеэкономических реформ впервые появилось понятие внешнеэкономическая деятельность предприятия. Суть реформ была в рассредоточении внешней торговли и уходу от межправительственных внешнеэкономических связей к внешнеэкономическим связям на уровне предприятий. В этот период времени была официально упразднена государственная монополия на внешнюю торговлю, а предприятия страны получили право вести внешнеторговые операции [5].

На фоне происходящих событий появилось множество совместных предприятий. Так началась либерализация внешнеэкономической деятельности. Следующим этапом стал Указ Президента России о либерализации внешнеэкономической деятельности, исходя из которо-

го, право на осуществления внешнеэкономической деятельности получили все предприятия и организации вне зависимости от их формы собственности. Можно определить преимущества процесса либерализации внешнеэкономической деятельности предприятий. Это и расширение рынков сбыта товаров и услуг, и снижение их себестоимости, и распределение возможных рисков. Также можно отметить рост и развитие научно-технического прогресса за счет доступа к новой технике и технологиям, а отсюда и его положительное влияние на производительность собственных ресурсов, на качество товаров и услуг. Либерализация открыла для предприятий новые дополнительные возможности для саморазвития. И главное следствие такого саморазвития - рост прибыли и повышение качественного уровня предприятия.

Либерализация внешнеэкономической деятельности существенно изменила условия проведения внешнеторговых операций, а также круг лиц, участвующих в этих операциях. Свобода предпринимательской деятельности и либерализация внешней торговли позволили всем российским предприятиям самостоятельно решать, с каким товаром и на какие рынки выходить, по какой цене предлагать свою продукцию и т.д. [1,2,4]

Однако внешнеэкономическая деятельность имеет свои особенности, вытекающие не только из российского законодательства, но и международных правил и обычаев, она опосредована множеством этапов ее осуществления и множеством исполнителей по внешнеторговой сделке. Российское законодательство за истекший после либерализации внешнеэкономической деятельности срок обогатилось специальным законодательством, инструкциями и методическими указаниями.

Можно определить преимущества процесса либерализации внешнеэкономической деятельности предприятий. Это и расширение рынков сбыта товаров и услуг, и снижение их

себестоимости, и распределение возможных рисков. Также можно отметить рост и развитие

научно-технического прогресса за счет доступа к новой технике и технологиям, а отсюда и его положительное влияние на производительность собственных ресурсов, на качество товаров и услуг. Либерализация открыла для предприятий новые дополнительные возможности для саморазвития. И главное следствие такого саморазвития рост прибыли и повышение качественного уровня предприятия.

Внешнеэкономическая деятельность предприятий - это сфера хозяйственной деятельности, связанная с международной производственной и научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции, выходом предприятия на внешний рынок. Она является следствием развития внешнеэкономических связей как совокупности направлений, форм, методов и средств торгово-экономического, научно-технического сотрудничества, а также валютно-финансовых и кредитных отношений государства с зарубежными странами в целях рационального использования преимуществ международного разделения труда и международных экономических отношений для решения народно-хозяйственных и внешнеполитических задач. Внешнеэкономические связи — это международные хозяйственные, торговые, политические отношения, включающие обмен товарами, различные формы экономического содействия, научно-технического сотрудничества, специализацию, кооперацию производства, оказание услуг и совместное предпринимательство.

Международное разделение труда выступает первопричиной международного обмена товарами, работами и услугами между странами. С углублением международного разделения труда развивается и становится все более масштабной международная торговля. Международная торговля представляет собой совокупность внешнеторговых, отношений субъектов мирового хозяйства, торгующих друг с другом. Основными категориями международной торговли выступают импорт, экспорт, реимпорт и реэкспорт.

Международная торговля обладает специфическими чертами, которые отличают ее от внутренней торговли [5]:

~выступает в качестве заменителя международной мобильности ресурсов. Если человеческие и материальные ресурсы не могут свободно перемещаться между станами, то движение товаров и услуг способно эффективно восполнить этот пробел;

~тесным образом связана с международными валютными отношениями, так как импорт и экспорт предполагают куплю-продажу иностранной валюты;

~подвергается политическому вмешательству и контролю со стороны государства, которые заметно отличаются по степени и характеру от тех, которые применяются в отношении внутренней торговли.

Согласно одним теориям мировой торговли, государство не должно вмешиваться в структуру внешней торговли. Другие, наоборот, показывают направления таких действий в области внешней торговли.

Страна обладает естественным преимуществом в производстве продукции благодаря своим климатическим условиям либо природным ресурсам. Для России - это энергетические ресурсы: нефть, газ. Однако естественное преимущество страны не может быть автоматически реализованным: без целенаправленной деятельности на поддержание отрасли на конкурентоспособном уровне естественное преимущество может быть утерянным.

Страна обладает приобретенным преимуществом, обусловленным обычно современной, высокоэффективной технологией производства, способность производить разнообразную и сложную продукцию. В настоящее время большая часть мирового товарооборота состоит из готовых изделий и услуг, а не из природных ресурсов и сельскохозяйственной продукции. Только развивающиеся страны, страны так называемого «третьего мира» преобладающую часть внешнеторгового оборота формируют за счет сырьевых ресурсов и продовольственной продукции.

Россия, как крупная страна, обладает потенциальными возможностями для развития внешнеторговой деятельности: в сравнении с небольшими странами у нее имеются более разнообразные ресурсы, она может вести крупносерийное производство, что позволяет выпускать более конкурентоспособную по цене продукцию. В то же время большие размеры страны предопределяют и повышенные затраты внешнеторговой деятельности - более высокие транспортные издержки при осуществлении предприятиями внешней торговли.

Теория соотношения факторов производства предполагает, что соотношение стоимости факторов производства может побудить страны к развитию производств и экспорта именно той продукции, где используются избыточные, а поэтому более дешевые ресурсы. Это мы сейчас наблюдаем в России, в которой капитальные затраты в производство и в сельское хозяйство более высокие в сравнении с затратами на рабочую силу. Стоимость данных факторов производства может побудить российские предприятия к развитию производства и экспорта той продукции, где используются избыточные, а поэтому более дешевые факторы производства.

Еще один подход к развитию мировой торговли предлагает теория зависимости как от одной страны, так и от одного товара, Россия находится в этом ряду развивающихся стран: три четверти экспорта приходится на энергетическое сырье - нефть и газ, что делает экономическую безопасность России весьма ущербной даже при наличии значительной валютной выручки. Ущербность заключается не только и не столько в угрозе падения мировых цен на энергоносители, а в угрозе развитию высокотехнологичных и трудоемких отраслей с прогрессивной технологией производства [4,5].

Во внешней торговле рыночные отношения получают свое наивысшее развитие в свободе потребителей делать свой решающий для производителя выбор продукта без какого-либо государственного давления, что предопределило направление дальнейших рыночных преобразований во внешнеторговой деятельности России:

~либерализация внешней торговли, устранение разного рода запретов на торговлю и ограничений;

~расширение и упрощение доступа на внутренний рынок России иностранных товаров и иностранных капиталов;

~отказ от государственной монополии на внешнеторговые операции.

В то же время независимые зарубежные эксперты оценивают быструю либерализацию внешнеторговой деятельности не однозначно. Так, эксперты из Institute for Public Research (London) в 1995 г. констатировали, что на ранних стадиях перехода к рыночной экономике быстрая либерализация внешней торговли не только не будет способствовать модернизации экономики, но даже может определенно ей навредить. Поэтому они рекомендовали смириться с необходимостью временной защиты национального рынка в тех случаях, когда быстрая и безоговорочная либерализация угрожает столь же быстрым разрушением производственного потенциала и появлением препятствий на пути роста.

К сожалению, в России эти рекомендации не приняли во внимание. В конечном итоге внешнеэкономические преобразования, заметно опережая внутренние реформы и становление отечественного рынка, все более отрывались от реального хозяйственного положения в стране. В результате не только повысился удельный вес сырьевых товаров и энергоресурсов в объеме внешнеторгового оборота, но и сократилась доля производства и экспорта наукоемкой продукции обрабатывающей промышленности [5].

Успешное и эффективное осуществление внешнеэкономической деятельности российскими субъектами предполагает знание и понимание того, насколько соответствуют российской практике организационно-правовые формы, права и ответственность зарубежных партнеров. Гражданский кодекс РФ в значительной степени устранил имевшиеся ранее в российском законодательстве противоречия с требованиями законодательства зарубежных стран.

Основной упор к содействию внешнеторговой деятельности делается и на содействие предприятию в создании продукции более высокого качества по прогрессивным технологиям и с наименьшими затратами, способной достигнуть глобальной конкурентоспособности. Так, например, Европейский фонд управления качеством (EFQM) имеет целью [4]:

~создание поддержки менеджерам европейских предприятий в ускоренном внедрении принципов TQM (принципов всеобщего управления на основе качества) как решающего фактора в достижении глобальной конкурентоспособности;

~стимулирование европейских предприятий к проведению мероприятий, направленных на достижение делового совершенства, на повышение уровня удовлетворенности потребителей, а также на получение более высоких деловых результатов и положительное влияние на общество.

Разнообразие видов и форм внешнеэкономической деятельности предприятий должно способствовать повышению эффективности внешних связей государства в целом. Это позволит решить такие задачи, как увеличение валютных ресурсов и объемов торговли, улучшение структуры экспорта и импорта, погашение нынешних долгов, расширение сфер сотрудничества, привлечение капитала и технологий в страну. На уровне предприятия внешнеэкономическая деятельность направлена на заключение и исполнение контрактов с иностранными партнерами. Внешнеэкономическая деятельность является составной частью всей работы большинства предприятий России. Развитие внешнеэкономической деятельности дает предприятию новые возможности, такие как использование преимуществ международной кооперации производства и свобода в принятии решений для осуществления своих производственных задач.

Список литературы

1. *Баканов М.И., Шеремет А.Д.* Теория экономического анализа. М.: Финансы и статистика, 2014. 456 с.

2. *Григорьев Ю.А.* Практика внешнеэкономической деятельности. М.: Паимс, 2012. 214 с.

3. *Даниэле Джон Д., Радеба Ли Х.* Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции. М.: ДЕЛО Лтд, 2008. 456 с.

4. *Джоунз Гарри.* Торговый бизнес: как организовать и управлять. М.: Инфра-М, 2006

5. *Козлова Н.В., Сотник Ю.А.* Основные направления внешнеэкономической деятельности предприятия // Актуальные вопросы экономических наук: материалы II Междунар. науч. конф. Уфа: Лето, 2013. С. 112-114.

6. *Мэскон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента./Пер. с англ. М.: «Дело», 2012. 501 с.

УДК 159.99

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ АДАПТАЦИИ ИНВАЛИДОВ К ТРУДОУСТРОЙСТВУ НА СВОБОДНОМ РЫНКЕ ТРУДА
SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL SUPPORT OF THE ADAPTATION OF DISABLED PEOPLE TO EMPLOYMENT ON THE LABOR MARKET

Анастасия Всеволодовна Никольская
Anastasia Vsevolodovna Nikolskaya

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

Аннотация: Статья представляет собой описание результатов пилотного проекта по профессиональной ориентации и социальной интеграции инвалидов детства. 90 инвалидов, отобранных для участия в программе, прошли курс профессиональной ориентации на 15 предприятиях г. Москвы, а также курс психологических тренингов по социальной адаптации в смешанных коллективах. Анализ данных входного и финального психологического тестирования, а также результаты трудоустройства инвалидов-участников программы (трудоустроено 48% участников), позволяют говорить об эффективной организации программы, возможности создания тиражируемой методики подготовки инвалидов к трудоустройству на свободном рынке труда, и указывают направления дальнейшей работы.

Abstract: The pilot program on vocational guidance and social integration of individuals disabled since childhood is described. 90 disabled people selected to participate in the program, have gotten professional orientation at 15 organizations and businesses in Moscow, and have taken psychological trainings dedicated to social adaptation in real working teams. Analysis of the data of psychological testing before starting the program and final testing and the results of employment of the participants (43% have been employed) are the valid evidence of effectiveness of the program. On the base of those results replicative methodology that facilitates employment for individuals with different forms of disability may be designed. Finally, the results suggest further areas of work.

Ключевые слова: инвалиды детства, локус контроля, коммуникативная компетентность, самооценка, социальные установки

Keywords: disabled since childhood, locus of control, communicative competence, self-concept, social attitudes

В настоящее время доля работающих инвалидов в РФ в два раза ниже средней по развитым странам, при общем количестве инвалидов более 12 млн. человек. Среди них много людей трудоспособного возраста, признанных трудоспособными, но нынешняя система со-

действия занятости не очень эффективна в их вовлечении на рынок труда. Активация этого трудового потенциала очень важна в условиях сжимающегося трудоспособного населения, когда физически не хватает свободных рабочих рук, резерва рабочей силы [1].

С целью интеграции инвалидов в социально-профессиональную среду необходимо проведение определенных мероприятий, способствующих их готовности к работе.

Для реализации этой цели Российский благотворительный общественный фонд «Качество жизни» (далее фонд) поставил перед собой задачу разработки программы социально-профессиональной интеграции инвалидов.

В программу были отобраны 90 инвалидов детства в возрасте от 20 до 35 лет, состоящих на учете в психоневрологических диспансерах г. Москвы. Программа ставила своей целью знакомство отобранных участников программы с различными видами профессиональной деятельности на 15 предприятиях-партнерах программы. Каждый участник программы проходил обучение на каждом предприятии под руководством опытных трудовых наставников и при посредничестве менеджеров сопровождения, функцией которых являлась помощь в адаптации. Такая профессиональная подготовка способствовала самостоятельному трудоустройству этих людей на свободном рынке труда.

Кроме того, все участники программы прошли курс психологических тренингов, способствующий улучшению их психоэмоционального состояния и коммуникативных навыков.

Было проведено психологическое тестирование всех участников программы перед началом программы, в середине программного цикла и по окончанию программы. Использовались следующие методики тестирования:

- Методика уровень субъективного контроля Л. Эткинда — оценка уровня субъективного контроля над разнообразными ситуациями, степени ответственности человека за свои поступки [6].
- Опросник Индекс общего психического благополучия К. Рифф - является самоопросником, предназначенным измерять аффективные или эмоциональные расстройства, возникающие в связи с заболеванием и снижающие самооценку благополучия [3].
- Методика диагностики уровня развития рефлексии А.В. Карпова [2].
- Методика диагностики на мотивацию к успеху Т. Эллерса [6].
- Тест коммуникативных умений Л. Михельсона - Определение уровня коммуникативной компетентности и качества сформированности основных коммуникативных умений [7].
- Тест на определение деструктивных установок в межличностном общении В Бойко - выявление негативных коммуникативных видов установок личности по отношению к другим людям [8].
- Методика измерения самооценки Т. Дембо-Рубинштейн.

1. **Результаты опроса работодателей**

78% работодателей готовы или скорее готовы принять на работу участников программы прошедших у них практику, при наличии вакансий. Нарушения мелкой моторики или снижение интеллектуальных функций является серьезным препятствием к трудоустройству, однако 20% участников программы с интеллектуально-мнестическими нарушениями были трудоустроены на предприятиях, где они проходили практику.

2. **Анализ данных по профессиональной ориентации и социальной адаптации инвалидов**

Далее нами был осуществлен анализ успешности профессиональной ориентации участников программы.

Трудовые наставники участников программы выставляли им оценки по трехбальной шкале по социализации и профессиональной адаптации.

Для группы участников с интеллектуальными нарушениями под процессом социализации на предприятиях мы понимаем процесс интеграции в трудовые коллективы, в результате которого достигается формирование ролевого поведения (поведения сотрудника, выполняющего определенный набор трудовых операций и соблюдающего правила, принятые на предприятии).

В силу временной ограниченности программы обучение навыкам уверенного поведения дало амбивалентные результаты. С одной стороны участники программы в данной подгруппе стали отчетливее осознавать свои потребности относительно работы и межличностного взаимодействия с коллегами по работе, с другой стороны, острая нехватка времени привела к тому, что это осознание не было зафиксировано в рамках социально-приемлемых поведенческих проявлений. В результате оценки социализации участников данной подгруппы стали снижаться

В плане профессиональной адаптации участники данной группы давали значительный разброс, что было связано с особенностями трудовых операций, которые необходимо освоить на каждом предприятии.

Для участников программы с сохранными интеллектуально-мнестическими функциями под социальной адаптацией мы понимаем более сложное по сравнению с первой группой приспособление к социальной среде предприятия, включающее:

- умение анализировать текущие социальные ситуации,
- осознание своих возможностей в актуальной социальной обстановке,
- умение выстраивать и удерживать поведение в соответствии с целями деятельности.

Оценки социальной адаптации некоторых интеллектуально и мнестически сохранных участников программы обнаружили тенденцию к снижению. В данной подгруппе были видоизменены тренинги. Было принято решение сфокусировать внимание на актуализированных потребностях участников, вместо того, чтобы работать с теоретически важными, но пока не востребованными механизмами адаптации. Были введены темы, направленные на развитие ситуативных практических навыков, на усиление мотивации к активной самостоятельной жизнедеятельности.

Кроме того, участники программы имеют негативные установки, часто не имеющие под собой никаких фактических доказательств и являющиеся следствием дезинформации как со стороны родительской семьи, так и сообщества инвалидов, относительно жизни в целом и процесса трудоустройства в частности. Эти установки зачастую не осознаются, однако оказывают критическое влияние на стиль жизни и поведение.

В связи с этим фактом было решено особое внимание в процессе тренингов уделять использованию эмоционально-поведенческой терапии А. Эллиса [7] и терапии реальностью У. Глассера [8]. Члены данной подгруппы стали четче осознавать свои цели и в меньшей степени опасаться взаимодействия с миром. Это привело к некоторой поведенческой закрепощенности, что отразилось на оценках по социальной адаптации. При этом, мотивация к успеху у членов данной подгруппы возросла.

В то же время профессиональная адаптация этой группы участников программы показала значительный разброс в оценках, однако, этот разброс сократился по сравнению с оценками, полученными в середине программного цикла (от 1,1 до 3 – в середине программного цикла; от 1,6 до 3 по окончании цикла).

Как говорилось выше, степень профессиональной адаптации зависит от состава выполняемых работ. Результаты нашего анализа показали, что участники первой группы (нарушения интеллектуально-мнестических функций) наиболее успешно осваивают навыки работы, связанные с упаковкой и сортировкой товара. В то же время такие операции, как ввод данных, сканирование, требующие высокой точности, внимательности, умения пользоваться всеми функциями техники (сканеров, копировальной техники) в сочетании с требуемой скоростью работы оказываются невыполнимыми для инвалидов с интеллектуально-

мнестическим снижением. Работа представляется для них сложной, и мотивация резко падает.

Профессиональная адаптация участников программы, относящихся ко второй группе, в целом оказывается более успешной и достигает максимально высоких показателей у большинства.

3. **Статистический анализ полученных данных**

Анализ проводился на основе сравнения данных промежуточного и финального тестирования участников программы. В качестве гипотезы Н1 выступало предположение, что по мере прохождения программы психологические показатели (мотивация, психическое благополучие, субъективный контроль) будут возрастать, самооценка выравниваться, приближаясь к объективной, а коммуникативные навыки улучшатся.

Поскольку интеллектуально несохранные участники программы не в состоянии пройти психологическое тестирование, в середине программного цикла было принято решение оценивать данную группу на основании экспертного мнения по следующим критериям: уровень развития когнитивных функций, уровень развития коммуникативных навыков, уровень общей социализации.

Изменение программы тренингов дало выраженный эффект, позволивший повысить не только уровень общей социализации, но и уровень развития когнитивных функций участников программы с интеллектуальными нарушениями.

Группа 2 оценивалась при помощи статистических критериев на основании данных промежуточного и финального психологического тестирования. Оценка проводилась методом Т-теста (t-критерия Стъюдента).

В данной группе участников значимо возросла мотивация к успеху: среднее по массиву в промежуточном тестировании – 16,09, в финальном тестировании – 18,9. Изменение направления тренингов и продолжающаяся трудовая деятельность позволили повысить мотивацию, что представляется весьма перспективным в отношении трудоустройства данной группы на свободном рынке труда.

Результаты анализа по тесту коммуникативных умений показывают, что зависимый стиль общения у участников программы дает дальнейшую тенденцию к снижению (среднее в начале программы 10,3, в середине цикла – 9,2, при финальном тестировании – 8,9).

Отмечается снижение уровня агрессивности в общении, которая значимо возросла в середине программного цикла, а затем упала до прежнего уровня (среднее по массиву 14,6 в первичном тестировании, 26,4 – в промежуточном тестировании, 14,9 – в финальном тестировании), что говорит о стабилизации адаптации к новым условиям жизни.

Выявлено улучшение по индексу психического благополучия.

В промежуточном тестировании факторный анализ результатов теста Дембо-Рубинштейн выявил различия в восприятии себя сохранными инвалидами и условно-нормальными респондентами. Так, в обеих группах были выделены две значимые (по критерию модуля собственных значений выше 1) компоненты, объясняющие около 64,9 % дисперсии исходных переменных у инвалидов и 74,6% - у нормы. Анализ матрицы повернутых компонент показал, что первый по значимости фактор (объясняет у инвалидов около 43,9% дисперсии, у нормы 58,4%) и у инвалидов, и у нормы включает в себя практически одинаковый набор качеств - ум, способности, авторитет. Однако для инвалидов в первый же фактор входит и красота, тогда как для нормы сюда относится характер.

Таким образом, для инвалидов, по сравнению с нормой, более важное значение имеет в оценке самих себя красота и здоровье, тогда как норма ставит в приоритет характер. Принимая во внимание, что средний уровень оценки собственного здоровья у сохранных инвалидов 51,3 у нормы 71,4, был сделан вывод о необходимости дальнейшей тренинговой работы, направленной на осознание инвалидами их социальной ценности вне тесной связи с их формальным диагнозом.

Следует отметить, что у участников данной группы существенно возросла уверенность в себе (среднее по массиву в первично тестировании – 53,4, в промежуточном тестировании – 57,0, в финальном тестировании – 58,6).

4. Заключение

По результатам программы 43 человека были обеспечены трудовой занятостью, что составляет 48% от общего числа людей, принявших участие в программе.

Список литературы

1. *Дмитриев М.Э.* Дно достигнуто, но быстрого роста при нынешнем сценарии не будет// The Insider, 13.04.2017/ http://theins.ru/opinions/52135

2. *Карпов А.В.* Рефлексивность как психическое свойство и методики ее диагностики/Психологический журнал. 2003.Т24, № 5, С.45-57

3. *Лепешинский Н.Н.* Адаптация опросника «Шкала психологического благополучия» К. Рифф/ Психологический журнал, 2007, № 3, С.24-37

4. *Никольская А.В., Назаров А.Л.* Психологическая оценка социальной интеграции и адаптации инвалидов в процессе их профессиональной ориентации/Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования, 2016, № 5, С. 29-41.

5. *Реан А.А.* Практическая психодиагностика личности: Учеб. пособ.-СПб; Изд-во СПб ун-та, 2001.

6.*Розанова В.А.* Методика диагностики мотивации к достижению успеха Т. Элерса/ А.В. Розанова. Психология управления, М., 1999. С.105-106

7. Электронный ресурс http://azps.ru/tests/5/mihelson.html

8. *Эллис А.* Практика рационально-эмоциональной поведенческой терапии / Пер. с англ. Т. Саушкиной. — 2-е изд. — СПб.: «Речь», 2002.

9. *Glasser, N.J.* Control theory in the practice of reality therapy. New York: Harper & Collins, 1989, 352 c.

УДК 65.012

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА В ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE CREATION OF A SYSTEM OF CONTROLLING IN INDUSTRIAL ORGANIZATION

Алексей Евгеньевич Попел
Alexey Evgenevich Popel

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

Аннотация: Рассмотрены подходы к созданию системы контроллинга промышленной организации как инструмента повышения производительности труда, рентабельности и экономического роста в целом.

Abstract: The article discusses approaches to the creation of a controlling system of industrial organization as a tool to improve productivity, profitability and economic growth in General.

Ключевые слова: контроллинг, эффективный менеджмент, налогообложение, стратегия развития.

Keywords: controlling, effective management, taxation, development strategy.

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.

На современном этапе экономического развития России многие предприятия и даже целые отрасли активно внедряют различные инновационные формы и методы управления хозяйственными процессами, которые позволяют наращивать производственно-экономический, финансовый и маркетинговый потенциал, обеспечивать факторы конкурентоспособности предприятия, способствовать эффективной деятельности в целом [3].

В этих условиях проблема внедрения контроллинга как элемента системы эффективного менеджмента становится актуальной не только для крупных компаний, но и для предприятий среднего и малого бизнеса.

Известный еще с XV века, он особенно стремительно развивался в 1980-х гг. и в течение почти 30 лет актуализируется. Начиная с управленческого учета, контроллинг ориентировался на приоритет в управлении с позиции информационной системы. Согласно концепции Д.Хана[1] – на планирование и контроль; затем – на координацию, и, наконец, рефлексию управленческих решений. В конце 1990-х гг. контроллинг начал рассматриваться в качестве системы управления управлением (метасистемы). Совершенно очевидно, это достаточно перспективный подход, поскольку именно разработка и исследование метасистемы позволит интегрировать различные теории в единую концепцию.

В настоящее время контроллинг, как научно-практическая методология, развивается и уточняется, но, к сожалению, теоретико-методологических оснований недостаточно.

Российское общество контроллеров дает следующее определение контроллинга: «Контроллинг - философия и образ мышления руководителей, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия (организации) в долгосрочной перспективе. Контроллинг - ориентированная на достижение целей интегрированная система информационно-аналитической и методической поддержки руководителей в процессе планирования, контроля, анализа и принятия управленческих решений по всем функциональным сферам деятельности предприятия» [1]. Определение является универсальным в практике российских контроллеров, однако, как подчеркивает Л.А.Малышева, «при таком подходе очень сложно отделить контроллинг от системы управления вообще, и от менеджмента, в частности» [4].

Разнообразие научно-теоретических подходов позволяет выделить ряд концепций контроллинга, которые наиболее часто встречаются в зарубежной и отечественной научной литературе, имеющие взаимодополняющие и взаимообогащающие элементы [2,3,5]:

1. Концепция управленческого учета (1980-е гг.) – в рамках которой контроллинг рассматривается как совокупность организационных мероприятий, повышающих эффективность существующего документооборота в рамках управленческого учета и базирующихся на ситуационном подходе к управлению. В данной концепции достаточно ярко прослеживается прикладной характер, необходимость наличия в ее рамках соответствующего инструментария и алгоритмов распределения и управления затратами, ведения системы бюджетирования и т.д. Инструментами контроллинга в данной концепции выступают конкретные приемы финансового управления (маржинальный анализ, учет затрат и т.д.). Основными представителями данной концепции можно назвать Р.Манна, Э.Майера, Х.Фольмута, В.В.Глущенко, И.И.Глущенко.

2. Концепция управленческой информационной системы (конец 1980-х гг.) – в рамках которой особое значение придается системе управленческой информации.

В данной концепции контроллинга прослеживается ориентация на стратегические цели развития предприятия, использование обработанных данных информационной базы, разнообразных показателей деятельности предприятия. Таким образом, концепция основывается на количественных теориях менеджмента, однако, используемая в ее рамках система информационного обеспечения зависит не от целей непосредственно контроллинга, а от целей развития предприятия, что может снизить эффективность принятия управленческих решений на основе контроллинга за счет различий в информационных системах учета (бухгалтерского, маркетингового, финансового и пр.). Представителями данной концепции являются Т.Рейманн, П.Прайсслер, М.Брюггемейер, Х.Берр.

3. Концепция планирования и контроля (начало 1990-х гг.) – предполагает сосредоточение на задачах внутреннего учета без оценки влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия, что, по сути, сводится исключительно к операциям планирования и контроля. Такой подход, по мнению ряда исследователей (среди которых Д.Хан, Д.Шнайдер, П.Хорват), не позволяет осуществлять эффективное управление в условиях динамичных изменений во внешней среде.

4. Концепция координации (1990-е гг.) – в рамках которой контроллинг наделяется координирующей функцией, что соответствует теории принятия решений. Как следствие, инструментами контроллинга в рамках данной концепции являются соответствующие методы и инструментарий принятия решений, а это, в свою очередь, существенно ограничивает выявление и использование непосредственно контроллинговых приемов и технологий управления. Данной концепции в своих исследованиях придерживаются А.Шмидт, А.Зунд, Х.Кюппер.

5. Концепция управления управлением (конец 1990-х гг.) – в рамках которой контроллинг рассматривается как модель управления, позволяющая координировать, управлять и администрировать процесс достижения стратегических целей предприятия. Таким образом, объектом контроллинга в данной концепции является система менеджмента, а инструментами контроллинга могут выступать любые методы оценки эффективности управления. Среди авторов данной концепции можно назвать таких исследователей, как В.Ньюманн, И.Шрайогг, Е.А.Ананьина, С.В.Данилочкин, Н.Г.Данилочкина, С.Г.Фалько и др.

6. Концепция координации принятия решений (2000-е гг.) – в рамках которой основная задача контроллинга – это поддержка процесса принятия управленческих решений непосредственными участниками менеджмента предприятия, формализуя и систематизируя методы, подходы, алгоритмы и технологии принятия решений. К данной концепции тяготеют Э.Шерм, Г.Пич, В.Кустерман, Г.ортман, А.Гидденс, А.Беккер.

Для этого контроллинг обеспечивает выполнение следующих функций:

1. Сервисная (предоставление необходимой информации для управления).
2. Функция принятия решений (управляющая функция).
3. Внутренний контроль на предприятии.

Сервисная функция – это информационное обслуживание контроллинга, которое обеспечивается при помощи систем планирования, нормирования, учета и контроля.

Все эти системы ориентированы на достижение цели, конечного результата деятельности предприятия. Информация должна содержать заданные показатели (плановые, нормативные) и фактические, в том числе сведения об отклонениях, выявленных в ходе учета.

Управляющая функция контроллинга реализуется с использованием данных анализа отклонений, величины покрытия и общих результатов деятельности предприятия. Эта информация необходима для принятия тактических (оперативных) и стратегических решений.

Функция внутреннего контроля сводится к контролю экономической работы как организации в целом, так и ее структурных подразделений [4].

Рассматривая специфику функционирования малых промышленных предприятий, Данилочкин С.В. акцентирует внимание на особенностях задачи системы контроллинга применительно к предприятиям малого бизнеса: «В общем виде, для малых промышленных предприятий цель организации системы контроллинга может быть определена как создание системы информационно-аналитической и методической поддержки менеджмента для своевременного принятия оптимальных управленческих решений» [1].

Задачами системы контроллинга при этом будут выступать:

1. Повышение эффективности управления предприятием в целом и отдельных бизнес-единиц.

2. Усиление контроля за эффективностью использования активов предприятия.

3. Внедрение системы управления затратами (вместо учета затрат).

4. Сокращение времени принятия управленческих решений.

Для выполнения поставленных задач необходимо обеспечить создание, поддержку финансирования и совершенствование бюджетирования, внутренней управленческой отчетности, контроля, анализа и мотивации исполнения планов бюджетов, принятия инновационных решений, системы экономических взаимоотношений между бизнес-единицами. При этом объекты контроллинга структурируются по уровням управления на стратегический, тактический и оперативный, что позволяет конкретизировать сферу их применения для поддержания устойчивого развития малых промышленных предприятий [1].

В настоящее время в России сложились наиболее благоприятные условия для развития контроллинга. Такая ситуация обусловлена следующими предпосылками:

1. Большое количество предприятий получило эффективных собственников (владельцев контрольных пакетов акций), которые всерьез озабочены проблемой эффективного использования приобретенной собственности.

2. Зачастую руководители высшего звена крупных и средних промышленных предприятий не имеют необходимого опыта управления в условиях конкурентной среды с учетом плановой «наследственности» функционирования бизнеса. Для управления промышленными предприятиями они используют чисто финансовые инструменты, которых явно не хватает. Наиболее серьезной проблемой современного менеджмента многих предприятий является эффективное бюджетирование, обеспечение не только исполнения запланированных бюджетов (то есть жесткость финансовой дисциплины), но и их гибкость, своевременная корректировка.

3. Стабилизация организационного обеспечения предпринимательской деятельности в стране (создание соответствующей нормативно-правовой базы, инфраструктуры предпринимательской деятельности достаточной системы финансовых институтов, создание условий для выхода на мировые рынки и т.д.) дает возможность использования разнообразных инструментов эффективного управления на микро-уровне, одним из которых является контроллинг.

4. Интеграция России в мировое экономическое пространство требует освоения и внедрения на российских предприятиях современных технологий управления, которые эффективно используются передовыми иностранными компаниями.

5. К управлению крупными российскими компаниями все чаще допускаются молодые специалисты, получившие блестящее управленческое образование в российских и западных бизнес-школах, прошедшие стажировки на крупных мировых предприятиях, готовые к использованию разнообразных инструментов и технологий управления.

Необходимость внедрения системы контроллинга в деятельности промышленных предприятий Л.А.Малышева объясняет следующими причинами [4]:

- структурная перестройка крупных промышленных предприятий, традиционно относившихся к военно-промышленному комплексу, способствует развитию экономики;

- преобладание крупных промышленных предприятий (в том числе градообразующих) в старопромышленных районах свидетельствует о первоочередности преобразований;

- сосуществование устаревших технологических укладов с высокой долей кризисных отраслей, осложняющих процесс становления конкурентоспособной промышленности, требует значительных инвестиций;

- низкая инвестиционная привлекательность отечественных предприятий в силу устаревших технологий требует инновационных изменений;

- инертность в части изменений из-за традиционно сложившейся линейной системы управления и бюрократизации требует механизмов и методик преобразований, которые могут быть адаптированы для более мелких предприятий.

Вне зависимости от размеров предприятия, объемов его хозяйственной деятельности, отраслевой принадлежности и прочих факторов, внедрение и функционирование системы контроллинга на промышленных предприятиях требует соответствующего организационного обеспечения.

Таким образом, для эффективного управления промышленными предприятиями необходимо внедрять систему контроллинга на практике. Это позволит правильно оценивать ситуацию, во время реагировать на изменения, ликвидировать узкие места и планировать мероприятия по повышению эффективности работы предприятия. Методические предпосылки создания системы контроллинга на промышленном предприятии предполагают определение критерия эффективности функционирования системы контроллинга на предприятии. Наиболее наглядным и объективным результатом деятельности предприятия является финансовый результат, отсюда можно сделать вывод, что финансовый результат деятельности предприятия является одним из элементов наиболее объективных критериев эффективности функционирования системы контроллинга на промышленном предприятии.

Построение эффективной системы контроллинга на промышленном предприятии является значительным конкурентным преимуществом, так как переводит управление предприятием на новый качественный уровень, всемерно способствует внедрению передовых технологий, ориентирует управление предприятием на перспективу, т.е. готовит предприятие к наступлению наиболее вероятных событий.

Список литературы

1. *Ананьина Е.А., Данилочкин С.В., Данилочкина Н.Г.* Контроллинг как инструмент управления предприятием. М.: Аудит, ЮНИТИ, 2012. 382 с.

2. *Анасова М.Р., Кучер С., Лифанова Р.Ф.* Основы экономики предприятия / Под ред. М. С. Мовина. 2-е изд. М.: Экономика, 2014. 236 с.

3. *Глущенко В.В., Глущенко И.И.* Разработка управленческого решения. Прогнозирование-планирование. Теория проектирования экспериментов. М.: Финансы и статистика, 2012. 340 с.

4. *Малышева Л.А.* Управление организационными изменениями промышленных предприятий на основе контроллинга. Дисс. … д.э.н. Екатеринбург: РАН, 2005. 256 с.

5. *Манн Р., Майер Э.* Контроллинг для начинающих. Пер. с нем. Ю. Г. Жукова. М.: Финансы и статистика, 2005. 306 с.

6. *Фольмут Х.Й.* Инструменты контроллинга от А до Я. Перевод с немецкого/ Под ред. М.Л.Лукашевича и Е.Н.Тихоненковой. М.: Финансы и статистика, 2011. 512 с.

УДК 316

ИСТОРИКО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБРАЗОВ ПРИРОДЫ В ОДЕЖДЕ
HISTORICAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF USING NATURE OBJECTS IN CLOTHING

Ирина Владимировна Ягодовская
Irina Vladimirovna Yagodovskaya.

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

Аннотация: Использование образов природы в одежде создает визуальную среду, влияющую на психоэмоциональное состояние общества.

Abstract: The use of natural images of in clothes creates a visual environment affected the psycho-emotional state of society.

Ключевые слова: образ природы, психическая дезадаптация, этнофункциональный подход.

Keywords: natural images, mental deodoptation, ethno-functional approach.

Проблема формирования психических образов – одна из значительных проблем в психологии. Психический образ осуществляет регулирующую функцию и способен вызывать различные по силе и содержательной окраске переживания, а также побуждать к различного рода поведенческой активности. Образы природы, пожалуй, являются одними из самых распространенных в культуре и, соответственно, связаны с психикой. Их использование уходит корнями в далекое прошлое и неразрывно связано с мироощущением человека. Предположительно наиболее древние – ландшафтные мотивы с правильным расположением изображаемых фигур: рыбы – внизу, птицы – наверху. Хороший пример – изображения на кимоно (рис.1).

Рис. 1. «Пейзажное» кимоно

В древнем Египте на одежде встречались обобщенные рисунки цветов и листьев лотоса, папируса, камыша, пальмы. В одежде знати использовался узор с обобщенным изображением животных: змея-уреуса, жука-скарабея, сокола с распростертыми крыльями.

Древнейшими видами головных уборов фараонов после объединения Египта были двойная корона – атев с изображениями сокола и змеи – символами верховной власти. Жена фараона носила головной убор с изображением сокола или шапочку с цветком лотоса. Жрецы во время обрядов надевали маски с изображениями крокодила, сокола, быка.

У скифов были распространены изображения животных - знаменитый скифский «звериный стиль». Разнообразные изображения животных и птиц украшали воинское снаряжение, конскую сбрую, ритуальные сосуды.

Древнейшие изображения природы на одежде с легкостью воспринимались всеми членами общества, создавая единое пространство культуры. Утрата единых представлений о символическом значении природных объектов и превращение их в украшения придало им характер экзотики.

Постепенно из одежды уходит символизм изображений природы, изображения растений приобретают декоративный характер. Это – особенность барокко. В 18 веке ему на смену приходит стиль рококо. Название это происходит от французского слова, означающего «украшение в форме раковины». В моду входят маленькие букеты в том числе и искусственные, которые прикалывались к поясу или на груди.

В 70-е годы 18 века значительную роль начинает играть английская мода, связанная с культом чувств, простоты, стремлением сблизиться с природой. Для периодов социальной неустойчивости характерна смена приоритетов в одежде. Так, во время французской революции мода менялась чуть ли не ежедневно. Парижские модники обоего пола, желая выразить свои республиканские убеждения, одевались в античные костюмы, подражая древним грекам и римлянам. Парадные туалеты отличались большой пышностью и украшались, в том числе, букетами и гирляндами искусственных и живых цветов, а головные уборы – экзотическими страусовыми и павлиньими перьями.

В конце 19 века в прикладном искусстве сформировался новый стиль — «модерн», для которого характерны текучие, плавные линии, асимметрия, неуловимые переходы тонов, приглушенные зеленоватые и розоватые оттенки. Типичной чертой этого стиля были «морские» орнаменты: изображения лилий, водорослей, русалок. Природа в нем приобретает не реальный, экзотический характер. Таким образом, изображения природы на одежде можно объединить в следующие группы – ландшафты, растения и животные, причем во всех случаях это могут быть изображения целого или фрагмента, реалистичного, стилизованного или мифологического характера. Они могут относиться как к родной природе и культуре, скажем, изображение дракона на китайской традиционной одежде, так и экзотическими, например, лобстера на платье Эльзы Скиапарелли (рис. 2), или изображение попугаев и пальм на галстуках «стиляг» 60-х годов в СССР.

Феномен одежды заключается в том, что выбирая ее, а в нашем случае – изображение на ней, мы руководствуемся своими внутренними представлениями, теми образами, которые формируются в нашем сознании, основанными на нашей культурной традиции, но надевая одежду мы формируем и культурное пространство окружающих нас людей. Например, опираясь на знание символического значения цвета или символа животного в древнем Китае достаточно было изобразить соответствующий иероглиф, например черепахи, и он заменял собой изображение. Человек создавал легко читаемое послание. Т.е. изображения природы и ее символов на одежде несли свою смысловую нагрузку и создавали определенное культурное пространство для понимающих, усиливая связь людей с культурной и природной средой. При этом, используя в одежде ту или иную символику или изображения, мы формируем среду для нашего окружения. Вольно или невольно, но люди вынуждены в ней находиться. При этом в ряде работ В.С. Мухиной, В.В.Тимохина, В.А.Ясвина, С. В. Фролова было показано

значение образа родной природы в регуляции психологического состояния человека. О значении контакта ребенка с природой говорили многие исследователи … в том числе М.Монтессори. При виде цветка, насекомого или животного ребенок наполняется радостью и удивлением, и, созерцая это, он развивает любовь к жизни

Рис. 2. Платье Эльзы Скиапарелли

В наше время у многих жителей крупных городов общение с реальной природой значительно уменьшилось, а мода на создание псевдо среды с альпийскими горками, экзотическими бассейнами и вычурными клумбами приводит к размыванию представлений о своем и экзотическом. Экзотикой выглядят изображения гипертрофированных животных даже родной природы Филиппа Трейси – потрясающие головные уборы смотрятся фантастически (рис. 3).

Рис. 3. Шляпка-гнездо

Созданная искусственная среда, в том числе на основе модных тенденций в виде изображений на одежде, воспринимается как естественная. Как следствие - возможно нарушение взаимодействия с природной средой человека, сформировавшегося в таких эклектиче-

ских условиях, что неизбежно ведет как к разрушению природной среды (Ю. М. Бородай), так и дезадаптации человека. Опираясь на этнофункциональный подход А.В. Сухарева можно предположить, что использование традиционной символики, отсылающей к образам родной природы, может оказывать этноинтегрирующее, а использование чуждой символики и чуждых образов природы - этнодифференцирующее воздействие на человека. Таким образом, создание визуальной среды оказывает существенное влияние как на формирование, так и на поддержание эмоционально психическй стабильности общества.

Список литературы

1. *Мухина В.С.* Тваинство детства: в 2-х т., Екатеринбург, 2004.

2. *Тимохин В.В.* Этнофункциональный аспект процесса психического развития: дис. … канд. психол. наук, 2005.

3. *Ясвин В.А.* Образовательная среда. М.: Смысл, 2001.

4. *Фролова С.В.* Экспериментальное изучение регулирующей функции образов природы // Экспериментальная психология в России: традиции и перспективы. М., 2010.

5. Монтессори М. Мой метод. − М.: Астрель, 2006.

6. *Бородай Ю.М.* В поисках этногенного фактора. - М.: Природа, 1981. № 4.

7. *Сухарев А.В.* Этнофункциональная парадигма в психологии. - М.: Институт психологии РАН, 2008.

8. *Мангасарян В.Н.* Основания коэволюции природы и общества: дис. … докт. философ.наук, 2011.

9. *Базыма Б.А., Густяков Н.А.* О цветовом выборе как индикаторе эмоциональных состояний в процессе решения малых творческих задач // Вестник ХГУ. Харьков, 1988. N 320.

10. *Завалова Н.Д., Ломов Б. Ф., Пономаренко В.А.* Образ в системе психической регуляции деятельности: http://bookap.info/genpsy/obraz/

11. *Мишачева И.В.* Образы природы в художественной культуре античности и раннего средневековья: дис. … канд. культур.наук, М., 2004.

12. *Ужанков А.Н.* Эволюция "картины природы" в культурном пространстве средневековой Руси, XI - первой трети XVIII в.: дис. … канд. культур.наук, М., 2000.

УДК 678.742.2-405.8

ВОЗМОЖНОСТИ КОМПЛЕКСНОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ
SOME MODELS RESEARCHES OF COMPLEX ECONOMIC EFFICIENCY FOR SYSTEMS OF ALTERNATIVE ENERGY

Светлана Ивановна Бухкало, Оксана Игоревна Ольховская
Svetlana Ivanovna Buhkhalo, Oksana Igorevna Olkhovskaya

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», Харьков, Украина
National Technical University «KhPI», Kharkiv, Ukraine
(e-mail: bis.khr@gmail.com)

Аннотация: Рассмотрены некоторые особенности повышения экономической эффективности использования альтернативной энергетики на комплексном предприятии, которое может обеспечивать все свои энергетические потребности самостоятельно. Исследования направлены на изучение таких вопросов, как разработка моделей. При этом учитывались факторы выбора научно-обоснованных методов расчета; выбор предприятий для реализации технологий с учетом вида энергетических ресурсов и проектных решений.

Abstract: In this, phase of work in NTU «KhPI» studies the possibility of increasing the economic efficiency of alternative energy sources. The method of economic efficiency for systems of alternative energy is technologies and economies develop and become more complex: energy needs increase greatly; the logic rule of types and methods of alternative energy, as well as the possibility of calculating the basic set of main economic indicators are classified; identified possible areas of work in obtaining the necessary information and results; energy is a fundamental input for economic systems.

Ключевые слова: интегрированные энерготехнологии, экономическая эффективность, альтернативные источники энергии, научно-обоснованные методы определения.

Keywords: integrated energy technologies, economic efficiency, alternative energy sources, evidence-based methods.

Экономические и социально-психологические аспекты повышения эффективности управления, а, следовательно, и экономической эффективности для промышленности альтернативной энергетики сегодня формируют новую парадигму экономического развития – интегрированные энерготехнологии. Альтернативная энергетика – это ориентация на инновационный путь развития экономики, требует перестройки системы управления и органического включения инновационных факторов в процесс энергетического и технического переоснащения производства с целью внедрения и выпуска конкурентоспособной продукции на базе научно-обоснованных методов определения экономической эффективности [1-7].

Актуальность инновационной модели связана с научно-техническим прогрессом в области альтернативной энергетики, приводит к появлению и внедрению новых технологий и производств, что является серьезной трансформацией существующего энергетического рынка. Постановка проблемы развития инновационной сферы в мире в общем виде может быть сведена к разработке методических основ и подходов к решению конкретных производственных ситуаций при внесении внешних возмущающих воздействий в производственный процесс, обусловленных инновационной деятельностью и достигаемых при этом результатов, направленных на повышение эффективности общественного производства. Во время новых реалий хозяйственной жизни и международных экономических отношений, когда основными критериями эффективного развития становятся качество и скорость внедрения новых информационно-технологических систем и управленческих подходов, назрела существенная необходимость изменить сами подходы к инновационной политике.

Представленная модель определения экономической эффективности альтернативной энергетики может быть описана на примере трех уровней для ветровой энергетики [1-6].

1) Принципиально-познавательный уровень моделирования отображает общие принципы формирования и реализации инновационного потенциала проекта с помощью имеющихся взаимосвязей на этапах усвоения комплекса составляющих эффектов и дальнейшего внедрения.

2) Логико-математический уровень моделирования характеризует переход от теоретическо-познавательного этапа реализации комплекса эффектов в логико-математическую структуру конкретного действия с помощью методов повышения инновационного восприятия.

3) Организационно-производственный этап характеризует переход от первых двух уровней в область восприятия и реализации прикладных организационно-производственных методов поэтапного повышения инновационного восприятия ветроэнергетики, что предполагает соответствующее снижение срока окупаемости.

Повышение цен на энергоносители и неуверенность в стабильности, и надежности поставщиков нефти и газа привело к беспокойству среди стран-импортеров во всем мире. Это в свою очередь повысило рост интереса к определению экономической эффективности исполь-

зования таких возобновляемых источников энергии, как энергия солнца и ветра. Энергетика, как стратегическая составляющая экономики, обусловливает уровень ее развития, характер межотраслевых связей, статус государства на международной арене, ее привлекательность как партнера [1, 2]. Показатели эффективности строительства ветроэнергетических станций (ВЭС) связаны с объемами производства экологически чистой электроэнергии из возобновляемых источников энергии. Комплексная Методика для ветроэнергетики (КМ) позволяет оценить возможность дальнейшего реинвестирования в расширение строительства ВЭС за счет амортизационных отчислений и прибыли, которые формируются в процессе деятельности предприятия. Функциональную модель поэтапного повышения инновационного восприятия ветроэнергетики и соответствующего снижения срока окупаемости можно представить в виде алгоритма инновационного потенциала по представленной ниже методике расчета. Экономическая эффективность капитальных вложений определяется с помощью системы основных определяющих и дополнительных показателей (табл. 1: Т – срок полезного использования ВЭС; Е – выработка электроэнергии ВЭС за весь срок ее полезного использования; E_t – выработка электроэнергии ВЭС t-ом году; $E_t^{'}$ – выработка электроэнергии в t-ом году, полученный на мощностях, введенных за счет первоначальных капитальных вложений, млн. кВт ч; P_T^0 – мощность, введенная за счет первичных капиталовложений, МВт; P_T^R – мощность, введенная за счет реинвестиций; P_T^j – установленная мощность всех ВЭУ j-того типа на конец срока использования, МВт; k_j – коэффициент использования номинальной мощности ВЭУ j-того типа; P_t – средняя мощность ВЭС в t-том году). Критерии эффективности призваны предоставлять возможность принимать решение о наиболее целесообразных направлениях вложения средств.

Таблица 1. Критерии оценки экономической эффективности ВЭС

Показатель	Формула расчета
Критерий эффективности инвестиционного проекта ВЭС	$\max E = \max \sum_{t=1}^{T} E_t$
Коэффициент расширения производства (КР) электроэнергии ВЭС	$\max KP = \max(\sum_{t=1}^{T} E_t / \sum_{t=1}^{T} E_t^{'})$
Мощность ВЭС на конец срока полезного использования (P_T)	$P_T = P_T^0 + P_T^R$
Годовая выработка электроэнергии ВЭС на конец срока полезного использования (E_T)	$E_T = 8760 \sum k_j P_T^j$
Среднегодовая мощность ВЭС ($\overline{P}$)	$\overline{P} = (\sum_{t=1}^{T} P_t / T)$
Среднегодовая выработка электроэнергии ВЭС ($\overline{E}$)	$\overline{E} = E/T$

Критерием эффективности капитальных вложений в данном случае должен выступать максимум объема электроэнергии, произведенной ВЭС за весь срок ее полезного использования [1, 6]. Эта электроэнергия производится на мощностях, введенных в действие как за счет первоначальных капитальных-вложений, так и за счет вторичных источников – амортизационных отчислений и прибыли, полученных ВЭС от продажи произведенной электроэнергии. Для вычисления данного показателя срок полезного использования ВЭС определяется сроком эксплуатации ветроэнергетической установки, приведенной в ее паспортных данных. Классифицируют ситуации сравнения вариантов с одинаковыми и разными условиями капитальных вложений по основным показателям: суммы капитальных вложений;

графики введения в действие капитальных вложений; строительные лаги; сроки полезного использования ВЭС и тому подобное.

Исследования показывают, что в пределах системной парадигмы экономика сегодня рассматривается с позиций формирования, трансформации, взаимодействия и ликвидации экономических систем. К последним относятся предприятия, организации, рынки, страны и т.д., а также другие виды экономических явлений: проекты, процессы, среды.

Следует отметить, что представление экономики в форме взаимодействия этих четырех видов систем и есть тот новый взгляд, который нужен для системного и эффективного решения возникающих задач менеджмента. В свою очередь, каждый из четырех видов систем имеет свою миссию в экономике, которую невозможно без него выполнить, а именно: 1) объектные системы (например, структурное подразделение предприятия) организуют множество разнородных элементов в единое целое, поддерживают стабильность и воспроизводства ресурсов и условий; 2) проектные системы (проведение реконструкции, реструктуризация производства, создание нового изделия и т.п.) создают новации, способствуют инновационной трансформации, вносят элемент динамики, энергетически подпитывают другие классы систем; 3) средовые системы (внутрифирменные стандарты, регламенты, институты) обеспечивают коммуникацию и координацию, создают условия для обмена между различными компонентами; 4) процессные системы (бизнес-процессы, технологические процессы) гармонизируют деятельность, уравновешивают экономические системы, направляют потоки между объектами.

Можно сделать вывод, что при указанных условиях возникает необходимость в формировании новой управленческой парадигме гармоничного, а значит эффективного, менеджмента. Присутствие согласованности в пропорциях составляющих частей бизнес-процессов является залогом адаптивности организации и обеспечения ее дальнейшего развития. Таким образом, эффективный менеджмент инновационных проектов предполагает следующие необходимые дополнительные составляющие: 1) Выбор направления инновационных технологий с учетом особенностей работы базового объекта и видов энергетических ресурсов с учета альтернативных источников энергии. 2) Выбор эффективных методов управления комплексными проектами ресурсосбережения и энергоэффективности. 3) Методологические и методические основы управления комплексными проектами.

Обеспечение конкурентоспособности национальной и региональной экономики зависит главным образом от конкурентоспособности отечественных промышленных предприятий. Решение этой задачи, прежде всего, связано с разработкой эффективной системы управления инновационным потенциалом предприятий. Разработка эффективных методов управления инновационным потенциалом предприятия является основой формирования организационно-экономических и управленческих механизмов развития производственных систем. Функционирование и развитие предприятий, направлено на сохранение и укрепление рыночных позиций. В условиях жесткой конкуренции это удается лишь тем предприятиям, которые ориентируются на высокие стандарты деятельности и постоянно проявляют заботу об обеспечении своих конкурентных преимуществ через привлечение разнообразных инноваций. Целенаправленное управление инновационной деятельностью предприятия предусматривает не только организацию новой идеи, но и смещение акцентов в системе стимулирования персонала в сторону поощрения инициативы, участия в преобразованиях, которые возникают в процессе внедрения инноваций. Именно способность к инновациям, основанных на знаниях, обеспечивает рост как интеллектуального капитала, так и рыночной стоимости предприятия. Современные технологии управления инновационной деятельностью – мало исследованное направление. Это объясняется необходимостью учета и анализа большого числа факторов и их взаимодействий в процессе динамического развития производства, а также сложностью методик обработки первичной информации и принятия соответствующих управленческих решений [1, 5-7].

Список литературы

1. *Товажнянський Л.Л., Бухкало С.І., Ольховська О.І.* та ін. Загальна технологія харчової промисловості у прикладах і задачах (інноваційні заходи) 2-ге вид. доп. [текст] підручник. Київ «Центр учбової літератури»: 2016. 470 с.

2. *Бухкало С.І.* Деякі властивості полімерних відходів у якості сировини для енерго- і ресурсозберігаючих процесів. // Інтегровані технології та енергозбереження – Х.: НТУ «ХПІ». 2014. № 4. С. 29–33.

3. *Кременчутська Л.О., Демьохіна О.О., Ольховська О.І., Кварцхава Л.В.* Економічна ефективність капітальних вкладень у вітроенергетичні станції // Вісник НТУ «ХПІ». – Х.: НТУ «ХПІ». 2012. № 10. С. 167–173.

4. *Бухкало С.І.* Основні складові комплексних підприємств енергетичного міксу // Вісник НТУ «ХПІ». – Х.: НТУ «ХПІ». 2015. № 7 (1116). С. 3–21.

5. *Товажнянский Л.Л., Кошелева М.К., Бухкало С.И.* Общая химическая технология в приме-рах, задачах, лабораторных работах и тестах: учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2015. 447 с.

6. *Ольховская О.И.* Опыт организации производства, развития и эксплуатации объектов альтернативной энергетики в Швеции // Вісник НТУ «ХПІ». – Х.: НТУ «ХПІ». 2014. № 16 (1059). С. 118–126.

7. *Бухкало С.І., Ольховська О.І.* Основні складові комплексних підприємств енергетичного міксу // Вісник НТУ «ХПІ». – Х.: НТУ «ХПІ». 2015. № 7 (1116). С. 103–108.

УДК 330.1

КРИТИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
CRITICISM OF ECONOMIC DEVELOPMENT EFFICIENCY INDICATORS

Дарья Александровна Динец
Darya Alexandrovna Dinets

Иркутский государственный университет путей сообщения – ИрГУПС, Россия, Иркутск
Irkutsk state transport university, Russia, Irkutsk
(e-mail: dardinets@gmail.com)

Аннотация: Рассмотрены показатели, характеризующие эффективность развития промышленности, финансов и торговли в современных капиталистических отношениях. Более глубокий анализ экономических отношений воспроизводства капитала показал, что ориентация на биржевые индексы и кредитные рейтинги может привести к снижению продуктивности экономики.

Abstract: Indicators of industry, finance and trade of modern capitalism were considered. The deepest analysis of reproduction economic relates had shown that the accent to stock indexes and credit ratings could lead to decrease of economy’s productivity.

Ключевые слова: эффективность, кредитные рейтинги, биржевые индексы, финансовая пирамида

Keywords: efficiency, credit ratings, stock indexes, financial pyramid.

Основная задача исследования состоит в объяснении механизмов фиктивизации экономического роста при ориентации на показатели, характеризующие эффективность экономики в доктрине рыночного фундаментализма в американской модели рынка.

Поскольку эффективность в такой модели определяется только рынком, на котором корпорации вступают в конкурентную борьбу за капитал, для описания пагубности влияния

модели финансового механизма на измерение рыночной эффективности рассмотрим архитектуру финансового рынка.

В литературе неоднократно отмечалось, что финансовый рынок представляет собой пирамиду, в основании которой лежат ценные бумаги с наивысшим кредитным рейтингом и, как предполагается, с наименьшей вероятностью дефолта – неспособности или нежелания отвечать по своим обязательствам [3]. В полном соответствии с моделью финансовых рынков такие компании привлекают капитал по самым низким ставкам, поскольку эти ставки содержат минимальную или нулевую премию за риск (надбавку к процентной ставке, определяемую для каждого заемщика в зависимости от его платежеспособности). При определении премии за риск участники финансового рынка полагаются на значения бета-коэффициентов – показателей, характеризующих степень чувствительности доходности данной компании к изменению конъюнктуры рынка. Если значение бета-коэффициента велико, это означает, что данной компании присущ повышенный систематический риск, то есть, компания сильно зависит от изменения рыночной динамики. Соответственно, для получения высокого кредитного рейтинга значение бета-коэффициента и, соответственно, премии за систематический риск, должно быть относительно невысоким, то есть, доходность вложений в такие компании не должна существенным образом зависеть от волатильности (изменчивости) финансовых рынков.

На наш взгляд, очевидно, что независимость от общеэкономической динамики достигается только в периоды относительного благополучия, а в периоды схлопывания финансовых пузырей значения бета-коэффициентов оказываются сильно заниженными, поскольку именно компании с наивысшими кредитными рейтингами в силу их высокой долговой нагрузки очень активно теряют стоимость. В подтверждение приведем график динамики индекса Dow Jones (рис. 1), агрегирующего данные о капитализации 30 крупнейших американских компаний, имеющих наивысшие кредитные рейтинги эмитента, а, соответственно, и самые стабильно невысокие значения бета-коэффициентов. То есть, предполагается, что этот индекс не должен допускать резкие падения при колебаниях рыночной конъюнктуры.

Рис. 1. Динамика индекса Dow-Jones

Очевидно, что индекс допускает падения в периоды общих дисбалансов, а, следовательно, компании, формирующие индекс, не защищены от периодических финансовых кри-

зисов. Вероятно, этим можно объяснить то обстоятельство, что рейтинговые агентства при присвоении рейтингов инвестиционного уровня не опираются на стресс-тесты – при исследовании влияния финансовых кризисов на финансовые возможности эмитентов на основе реальных, а не фиктивных показателей, ни одна компания не была бы в состоянии получить высокий инвестиционный рейтинг.

Тем не менее, ценные бумаги, находящиеся в основании пирамиды кредитных рейтингов, обеспечивают постоянный высокий уровень коэффициента P/E (отношение рыночной цены одной акции к чистой прибыли, приходящейся на одну акцию, или количество годовых прибылей, эквивалентных цене данной компании) независимо от уровня дивидендных выплат на привлеченный капитал. При этом компании с более низкими рейтингами обеспечивают ликвидность своих акций за счет волатильности, то есть, постоянный высокий спрос и предложение спекулятивных ценных бумаг создаются именно возможностью спекуляций – инвесторам важны не абсолютные изменения цен, а возможность угадать направление их относительного изменения и получить на этом спекулятивную прибыль.

Что же касается компаний с высокими инвестиционными рейтингами, то они получают необходимую ликвидность за счет долгового финансирования (рычагового – от термина «leverage» - рычаг, отношение заемных источников финансирования к собственным) как с точки зрения получения дешевых заимствований, так и с точки зрения минимальной процентной ставки по брокерским кредитам на такие ценные бумаги. Поскольку ценные бумаги таких компаний имеют наименьший риск, коммерческие и инвестиционные банки при вложении в них средств по действующим нормативам (БАЗЕЛЬ III) имеют право формировать минимальные резервы. Соответственно, банки охотно идут на предоставление услуг андеррайтинга – профессионального посредничества при размещении ценных бумаг на финансовом рынке, предполагающего, как правило, покупку части пакета бумаг самим андеррайтером. Андеррайтер, таким образом, становится заинтересованным лицом в поддержании высокого кредитного рейтинга эмитента – от этого зависит величина его резервов на возможные потери, а, соответственно, и величина прибыли. Однако рейтинговые агентства зачастую черпают информацию о кредитном качестве того или иного эмитента из данных, предоставленных самим андеррайтером. Иными словами, в основании пирамиды, представляющей финансовый рынок, лежат ценные бумаги, подкрепленные долговым финансированием и информацией о надежности эмитентов, полученной, главным образом, от тех кредитных и инвестиционных учреждений, которые обеспечивают привлечение этого финансирования.

На более высоких уровнях пирамиды лежат ценные бумаги, имеющие спекулятивные или «мусорные» рейтинги. Для этих компаний заемное финансирование менее доступно и более затратно, поэтому на этих уровнях ликвидность обеспечивается, как было показано выше, волатильностью и возможностью получения спекулятивных доходов. Однако сами эмитенты, имеющие более низкие рейтинги и более ограниченный доступ к заемному финансированию, вынуждены обеспечивать рост прибыли для поддержания допустимого уровня коэффициента P/E. Одним из основных способов достижения этой цели становится вложение средств в диверсифицированный фондовый портфель, в котором, в соответствии с теорией портфеля Г. Марковица, должны содержаться, в том числе, ценные бумаги с низким уровнем риска, то есть, бумаги эмитентов, имеющих высокие рейтинги. Иными словами, компании вынуждены инвестировать в ценные бумаги, составляющие основание финансовой пирамиды, что еще более увеличивает рычаговое воздействие на финансовый рынок и концентрацию его ликвидности.

Вся описанная система переливов ликвидности численно характеризуется величиной фондовых индексов – взвешенных композитных индикаторов цен на некие фондовые портфели, при этом структура портфеля определяется рейтингом соответствующих эмитентов. По нашему мнению, в этом проявляется зависимость всей системы оценивания в рамках доктрины рыночного фундаментализма от финансового механизма корпорации – такая корпора-

ция оценивается на основании ее рыночной капитализации, которая напрямую зависит от способности выгодного заимствования, но эта способность во многом зависит от коэффициента P/E, то есть, от рыночной капитализации. Неустойчивость системы в том, что капитализация – это одновременно и цель, и средство, то есть, при ближайшем рассмотрении эта финансовая пирамида не стоит на зыбком основании ликвидности акций, а вовсе не имеет никаких оснований.

В структуре ведущих фондовых индексов лежат бумаги эмитентов, имеющих наивысшие рейтинги и наибольшее значение финансового рычага, в эти же бумаги вынуждены вкладывать и эмитенты с более низкими рейтингами, чтобы иметь возможность зафиксировать прибыль, необходимую для роста P/E. Это приводит к укреплению рейтингов и росту доступности заимствований для ведущих эмитентов, что также выражается в росте P/E, ситуация воспроизводит сама себя, а фондовый индекс стремительно растет, не имея на то никаких реальных оснований (или намного более скромные основания). В экономической динамике тем временем фиксируется рост, а в ВВП растет доля финансовых услуг. Для обоснования сопоставим динамику глобального индекса S&P и доли промышленности в ВВП США (рис. 2).

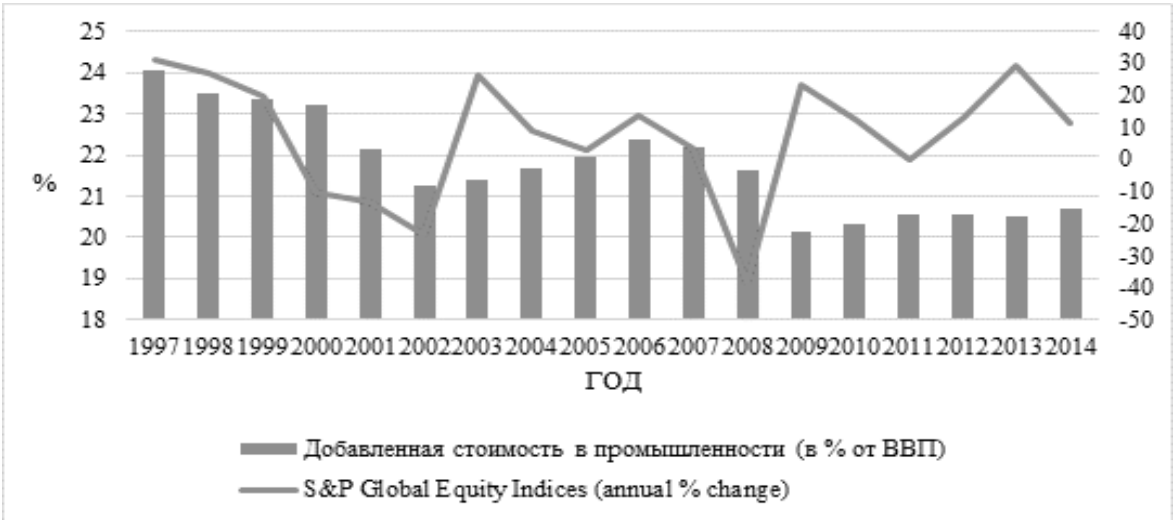

Рис. 2. Динамика доли промышленности в ВВП США (левая шкала) и индекса S&P

Следует отметить, что до 2008 года изменения индекса следовали за изменениями в промышленности, однако со времен схлопывания последнего крупного финансового пузыря динамика индекса не имеет связи с промышленностью. Представляется, что это доказывает наше предположение о том, что экономический рост фиктивен и «покупается» искусственными вливаниями финансового сектора в ситуации, когда кредиты используются не для развития промышленного производства, а для поддержания достаточного уровня коэффициента P/E (например, путем рефинансирования ранее полученных обязательств).

Список литературы

1. Гринспен А. Карта и территория. М.: Альпина Паблишер, 2015. 412 с.

2. Льюис М. Бумеранг: Как из развитой страны превратиться в страну третьего мира. М.: Альпина Паблишер, 2013. 246 с.

3. Экономическая история мира в 6 томах / Под ред. Конотопова М.В. М.: КНОРУС, 2008.

4. http://data.worldbank.org/indicator

УДК 338

ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ТРОЙНОЙ СПИРАЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ
CONSTRUCTION OF THE TRIPLE HELIX MODEL OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY

Светлана Сергеевна Кудрявцева
Svetlana Sergeevna Kudryavtseva

Казанский национальный исследовательский технологический университет, Россия, Казань
Kazan National Research Technological University, Russia, Kazan
(e-mail: sveta516@yandex.ru)

Аннотация: Проведено экономико-математическое моделирование по модели тройной спирали инновационного развития региональной экономики. Выделены компоненты науки, бизнеса и государства по показателям инновационной деятельности.

Abstract: Economic and mathematical modeling is carried out based on the triple-helix model of innovative development of the regional economy. The components of science, business and the state are selected according to the indicators of innovation activity.

Ключевые слова: инновация, модель тройной спирали, моделирование, региональная экономика.

Keywords: innovation, triple helix model, modeling, regional economy.

Для отечественной экономики преодоление пределов инновационного развития целесообразно рассматривать в терминах теории (модели) «тройной спирали» Triple Helix. Модель инновационного развития по «Тройной спирали» включает в себя три основных элемента:

1) в экономике, основанной на научном знании характерно усиление роли университетов во взаимодействии с промышленностью и правительством;

2) три составляющие экономической системы (Университет, Бизнес, Государство) стремятся к сотрудничеству, при этом, инновационная составляющая происходит из данного взаимодействия, а не по инициативе государства;

3) в дополнение к традиционным функциям, каждая из трех составляющих экономической системы «частично берет на себя роль другой».

Таким образом, модель Triple Helix (модель «тройной спирали») адекватна обеспечению устойчивого развития в результате сбалансированности трех сфер (бизнеса, науки, государства) [1,2,3].

В Российской Федерации предпринимаются активные модернизационные шаги по реформированию образования, систем и механизмов взаимодействия государства, науки и реального сектора в целях обеспечения устойчивого инновационного развития. Показательным примером здесь является опыт Республики Татарстан как пилотного региона и лидера инновационной деятельности. В этой связи предлагаем провести моделирование Triple Helix для регионального уровня управления на примере Республики Татарстан.

Для моделирования инновационной деятельности Республики Татарстан по модели «тройной спирали» целесообразным представляется использовать факторный и компонентный анализ.

Исходными данными для анализа выступали показатели по видам экономической деятельности по форме федерального статистического наблюдения № 4-инновация «Сведения об инновационной деятельности организации» за 2015г. [4].

На предварительном этапе анализа во избежание эффекта мультиколлинеарности из отобранных переменных были исключены те, которые имели высокую корреляционную зависимость (коэффициент корреляции которых по модулю превышал 0,7). Таким образом, в построении модели Triple Helix для инновационной деятельности Республики Татарстан участвовали следующие переменные, отражающие уровень интеграционных связей науки, бизнеса и государства:

X – удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, работ, услуг, %;

X_1 – доля собственных средств в затратах на технологические инновации, %;

X_2 – доля средств федерального бюджета в затратах на технологические инновации, %;

X_3 – доля средств субъектов РФ и муниципальных бюджетов в затратах на технологические инновации, %;

X_4 – число организаций, являющихся частью группы организаций (ассоциации (союза), холдинга, консорциума (договор простого товарищества, совместной деятельности));

X_5 – число организаций, имевших завершенные технологические инновации в течение последних трех лет в основном другими организациями;

X_6 – число организаций, имевших завершенные технологические инновации в течение последних трех лет собственной организацией совместно с другими организациями;

X_7 – число организаций, имевших завершенные технологические инновации в течение последних трех лет собственной организацией путем изменения или модификации продукции, разработан-ной другой организацией;

X_8 – число организаций, имевших завершенные технологические инновации в течение последних трех лет в основном собственной организацией;

X_9 – доля организаций, осуществлявших технологические инновации, пользовавшихся услугами других организаций по исследованию и разработке новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов, %.

На первом этапе анализа для выделения количества факторов был применен метод главных компонент. Выделенные по методу главных компонент обобщенные факторы, каждый из которых содержит в себе свойства сразу нескольких переменных, позволяют в результате их интерпретации объяснить направления развития региональных инновационных систем.

На данном этапе анализа были определены главные компоненты по критерию Кайзера. Результаты выделения главных компонент представлены в табл. 1.

Таблица 1. Результаты выделенных главных компонент по критерию Кайзера

	Собственные значения	Процент общей дисперсии	Накопленные собственные значения	Накопленный процент общей дисперсии
1	6,4	63,8	6,4	63,8
2	1,9	18,7	8,3	82,5
3	1,1	10,6	9,3	93,1
4	0,4	4,4	9,8	97,5
5	0,1	1,5	9,9	99,0
6	0,1	0,6	10,0	99,6
7	0,0	0,2	10,0	99,9
8	0,0	0,1	10,0	100,0
9	0,0	0,0	10,0	100,0
10	0,0	0,0	10,0	100,0

В результате многомерного статистического анализа 10 исходных показателей распределились на 3 группы интегральных факторов (использовался метод вращения компонент

Varimax), экономическая интерпретация которых показывает их качественно-количественный вклад по соответствующей компоненте (наука, бизнес, государство) в формировании инновационной экономики Республики Татарстан (табл. 2).

Таблица 2. Основные результаты факторного анализа с использованием метода главных компонент

	Factor 1	Factor 2	Factor 3
	Бизнес	Государство	Наука
X – удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, работ, услуг, %	0,98		
X_1 – доля собственных средств в затратах на технологические инновации, %	0,85		
X_6 – число организаций, имевших завершенные технологические инновации в течение последних трех лет собственной организацией совместно с другими организациями	0,91		
X_7 – число организаций, имевших завершенные технологические инновации в течение последних трех лет собственной организацией путем изменения или модификации продукции, разработан-ной другой организацией	0,85		
X_8 – число организаций, имевших завершенные технологические инновации в течение последних трех лет в основном собственной организацией	0,98		
X_5 – число организаций, имевших завершенные технологические инновации в течение последних трех лет в основном другими организациями		0,96	
X_3 – доля средств субъектов РФ и муниципальных бюджетов в затратах на технологические инновации, %		-0,92	
X_2 – доля средств федерального бюджета в затратах на технологические инновации		-0,76	
X_4 – число организаций, являющихся частью группы организаций (ассоциации (союза), холдинга, консорциума (договор простого товарищества, совместной деятельности))			0,95
X_9 – доля организаций, осуществлявших технологические инновации, пользовавшихся услугами других организаций по исследованию и разработке новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов, %			-0,89
Общая дисперсия	4,78	3,37	1,15
Доля общей дисперсии	0,47	0,33	0,11

Первый интегральный фактор модели Triple Helix экономически интерпретирован как *«Бизнес»* (доля вклада фактора в формирование инновационной экономики – 47%), второй фактор – как *«Государство»* (33%), третий фактор – как *«Наука»* (11%).

В результате, суммарный вклад выделенных факторов в модели Triple Helix инновационной экономики Республики Татарстан составил 91%.

В компоненте *«Бизнес»* наибольшую нагрузку на результирующий фактор имели следующие высокотехнологичные виды экономической деятельности:

1. «Производство электронных вычислительных машин и прочего оборудования для обработки информации»;
2. «Производство судов, летательных и космических аппаратов и прочих транспортных средств»;
3. «Производство летательных аппаратов, включая космические»;
4. «Производство офисного оборудования и вычислительной техники»;
5. «Производство летательных аппаратов, включая космические».

В компоненту *«Государство»* наибольший вклад обеспечили:

1. «Производство одежды; выделка и крашение меха»;
2. «Производство электронных компонентов, аппаратуры для радио, телевидения и связи»;
3. «Производство медицинских изделий; средств измерений, контроля, управления и испытаний; оптических приборов, фото- и кинооборудования; часов»;
4. «Строительство и ремонт судов»;
5. «Научные исследования и разработки в области естественных и технических наук»;
6. «Геолого-разведочные, геофизические и геохимические работы в области изучения недр и воспроизводства минерально-сырьевой базы».

В компоненте *«Наука»* наибольшую нагрузку имели следующие виды деятельности:

1. «Добыча полезных ископаемых»;
2. «Производство машин и оборудования (без производства оружия и боеприпасов)»;
3. «Производство частей и принадлежностей автомобилей и их двигателей»,
4. «Научные исследования и разработки»;
5. «Деятельность в области архитектуры; инженерно-техническое проектирование; геолого-разведочные и геофизические работы; геодезическая и картографическая деятельность»;
6. «Химическое производство».

Таким образом, проведенное экономико-математическое моделирование позволило выделить ключевые виды деятельности по компонентам науки, бизнеса и государства в модели тройной спирали, формирующие инновационную активность на региональном уровне.

Список литературы

1. *Etzkowitz H., Dzisah J. Ranga M., Zhou C.* The triple helix model of innovation / TECH MONITOR, Jan-Feb 2007. P. 14-23.

2. *Leydesdorff L.* The triple helix model and the study of knowledge-based innovation systems // International Journal of Contemporary Sociology. 2005. № 42. P. 1-16.

3. *Кудрявцева С.С.* Теоретико-методологические аспекты в разработке подхода к управлению открытыми инновациями // Вестник поволжского государственного технологического университета. Серия: экономика и управление. 2016. №2 (30). С. 45-53.

4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: http://www.gks.ru.

УДК 331.103.3

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ТРАДИЦИИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ
THE NATIONAL TRADITION OF INCREASING THE EFFICIENCY OF PROFESSIONAL ACTIVITY IN THE INDUSTRY

Андрей Алексеевич Булков
Andrey Alekseevich Bulkov

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

Аннотация: Проведён анализ отечественных подходов к повышению эффективности профессиональной деятельности. Рассмотрена взаимосвязь профессиональной подготовки и моделей развития трудового потенциала. Представлен анализ преемственности реализации профессиональных компетенций образования и производственной деятельности.

Abstract: The analysis of national approaches to improve the effectiveness of professional activities. To investigate the relationship between training and patterns of development of labor potential. Presents an analysis of continuity of realization of professional competences of education and productive activities.

Ключевые слова: эффективность профессиональной деятельности, профессиональная подготовка, модели развития трудового потенциала, профессиональные компетенции, профессиональное образование, производственная деятельность.

Keywords: the effectiveness of professional activities, vocational training, models of development of labor potential, professional competence, professional education, production activities.

Классическая образовательная модель по повышению эффективности профессиональной деятельности в современной организации может быть представлена следующими блоками: профессиональное развитие как становление профессионального мастерства; профессиональное обучение; повышение квалификации. Традиционные подходы не в полной мере формируют навыки и способы использования знаний работников и свойств личности для достижения установленных профессиональных трудовых целей. При применении традиционных методов развития трудового потенциала (классической модели) возникают определенные проблемы. Важнейшая проблема традиционных образовательных моделей развития трудового потенциала связана с тем, что молодые специалисты, поступающие на работу после вузов, сталкиваются с необходимостью перевода своих теоретических знаний и навыков в пространство практической деятельности.

Существующие в учебном плане ВУЗа трудовые производственные практики не решают поставленных задач. Более того, в условиях провинциального города получить необходимый запас знаний для успешного внедрения в трудовой процесс весьма затруднительно – современное образование не отвечает требованиям экономических систем. Как показывают исследования, до 80% бывших выпускников приступают к трудовой деятельности неподготовленными, проявляется отсутствие необходимой экономической культуры мотивации, умений и навыков трудового взаимодействия [1]. Решить их профессиональные проблемы посредством профессионального обучения или повышения квалификации финансово крайне сложно. Возникает необходимость «дообучения» молодого специалиста непосредственно на

рабочем месте, то есть формирование его профессиональной компетенции, соответствующей потребностям определенной экономической системы. Также в новых условиях проявляется противоречие несоответствия базового профессионального образования занимаемой должности работника, по причине, как отсутствия вакансий, так и недоступности «нужного» специалиста с необходимым образованием в условиях современной финансовой нестабильности. Обостряется противоречие мотивационного развития профессиональной компетенции, проявляются диспропорции в мотивировании сотрудников на обмен профессиональными знаниями и навыками. Одновременно необходимо отметить, что стимулировать обмен профессиональными знаниями между сотрудниками достаточно сложно, поскольку, согласно современным ценностным установкам, профессиональные знания сотрудника – это его капитальная стоимость, конкурентное профессиональное преимущество как на внешнем, так и на внутреннем рынке труда. Поэтому сотрудники, желая сохранить свое выгодное положение в организации, тщательно оберегают свои профессиональные наработки, специфические умения, навыки, секреты профессионального мастерства. Профессионально-компетентностный подход позволяет создавать условия, мотивации активного соревнования и одновременно обмена профессиональными знаниями.

Главный признак самостоятельной работы не в том, что работник осуществляет трудовую деятельность без непосредственного участия и помощи кого бы то ни было (руководителя, помощника, наставника), а в том, что его деятельность должна быть ориентирована на перевод информации в новые профессиональные знания, умения и навыки. Важна мотивация, направленная на аккумуляцию новых профессиональных идей для формирования инновационного трудового взаимодействия сотрудников.

Практики подчеркивают важность не только получения и развития профессионального знания работников из уже имеющейся информации, но и создания новой информации на основе полученного знания. Важно формировать постоянно адаптируемый кругооборот: «информация – знания – информация». Подготовить профессионально-компетентного специалиста означает не просто передать ему навыки, но и развить способность и потребность использовать информационные возможности для поиска нового знания и его распространения. Поэтому важнейшая цель образовательного развития профессиональной компетенции работников связана с формированием инновационной культуры сотрудников, обеспечением условий накопления ее в форме культурного капитала персонала.

По мнению Н. Горбунова, важнейший компонент профессиональной деятельности – профессиональная культура работников. Автор доказывает, что культура работников является важнейшей формой профессиональной компетенции [2]. Логичен вывод автора о том, что культура в новых условиях выступает как непременная основа развития профессиональной компетенции работающих социальных групп [2]. Стоит согласиться с позицией авторов различных социологических работ – природа компетенции такова, что она, будучи продуктом обучения, не прямо вытекает из него, а является следствием саморазвития индивида, его не столько технологического, сколько личностного роста, следствием самоорганизации и обобщения деятельностного и личностного опыта. Разделяя данную позицию, считаем, что компетентность – это целесообразная совокупность структурных компонентов: знаний, умений, образованности, которые способствуют личностной самореализации, поиску личности своего места в системе профессионального пространства. Считаем правомерным исходить из ее интерпретации как актуального личностностного качества, интеллектуально и личностно обусловленной социально-профессиональной характеристики человека, которые реализуются в социальной деятельности и общественных отношениях.

Разные организации понимают по-разному компетенции. Но в большинстве случаев компетенции представляются в форме какой-то структуры. Родственные компетенции объединены в кластеры.

По мнению Н.В. Горбуновой компетенции включают в себя:

- «готовность к проявлению компетенции (т.е. мотивационный аспект);
- владение знанием содержания компетенции (т.е. когнитивный аспект);
- опыт проявления компетенции в разнообразных стандартных и нестандартных ситуациях (т.е. поведенческий аспект);
- отношение к содержанию компетенции и объекту ее приложения (ценностно-смысловой аспект);
- эмоционально-волевая регуляция процесса и результата проявления компетенции» [2].

Таким образом, основа повышения профессиональной деятельности – это профессиональные компетенции, т.е. готовность и способность целесообразно действовать в соответствии с требованиями дела, методически организованно и самостоятельно решать задачи и проблемы, а также самооценивать результаты своей деятельности. Иными словами, это связанные с предметом навыки – соответствующие методы и технические приемы, присущие различным предметным областям.

Модель компетенций – термин для обозначения полного набора компетенций (с уровнями или без них) и индикаторов поведения. Модели могут содержать детальное описание стандартов поведения персонала конкретного отдела или стандарты действий, ведущих к достижению специальных целей, но могут и включать основные стандарты поведения, разработанные для полного описания деловой структуры или деятельности, направленной на достижение комплекса разнообразных корпоративных целей. Набор деталей, входящих в описание модели компетенции, зависит от предполагаемого практического применения конкретной модели [3].

На современном этапе стратегической задачей является формирование готовности работника к управлению собственной познавательной деятельностью в системе: «информация – знания – информация». Готовность к непрерывному поиску нового, актуального знания, к грамотному осуществлению информационных процессов (поиска, хранения, переработки, распространения) – основа профессиональных компетенций специалиста, которая определяет успешность его личностного роста и социально-экономическую востребованность. Профессионально-компетентностный специалист осознает себя не только потребителем, но и распространителем нового профессионального знания, ощущает общественную значимость своей индивидуальной познавательной и трудовой деятельности.

В современных условиях всякая квалифицированная профессиональная деятельность предполагает не только непосредственно профессиональную компетенцию (в традиционном понимании), но и культурную личностную. Так, например, умение самоопределяться (выпускники-отличники не всегда добиваются успеха в практической трудовой деятельности). В связи с этим особый интерес представляет такое качество, как культурная личностная компетенция, которая обозначает не объем усвоенных и применяемых знаний, а возможность их непосредственного использования в конкретных ситуациях. Определим личностную культурную компетенцию как способность человека выполнять какую-либо деятельность на основе ранее полученного опыта. Как известно, базовыми компонентами для развития личностных изменений являются навыки, их совокупность представляет собой основу, сформированную, устойчивую способность выполнять действия в профессиональной деятельности.

В числе важнейших личностных профессиональных навыков выделяем способность регулировать мыслительную деятельность и социально-психическое состояние, мобилизовывать возможности и ресурсы, осуществлять весь комплекс профессиональной деятельности, образующий целостную технологию продуктивного трудового процесса специалиста.

Профессиональный индивидуальный трудовой потенциал работника проявляется в различных видах его компетенции, которые можно использовать как критерии оценки уровня его профессионально-должностной подготовки и способностей по выполнению обязанностей. Развитие профессиональной компетенции работников имеет своей конечной целью

развитие трудового потенциала организации, что, в свою очередь, направлено на достижение стратегических целей этой организации.

Необходимо системное развитие профессиональной компетенции в структуре трудового потенциала современной организации. Так, Тульчинский Г.Л. структурные компоненты профессиональной компетенции, на которые необходимо воздействовать, конфигурирует следующим образом: общекультурная компетенция: смысловой, проблемно-практический, коммуникативный компонент; система качеств, умений, ценностные ориентации, мотивы, стиль взаимодействия, культура и способность к развитию творческого потенциала; система знаний, умений, навыков и профессионально-значимых качеств; знания, которые подразделяются на фундаментальные, технологические и профессиональные умения (имеется в виду применение этих знаний); профиль профессиональной подготовки, личностные интересы и склонности; мастерство; креативность; готовность к профессиональной деятельности; единство теоретического мышления и практической деятельности; совокупность коммуникативных, конструктивных и организационных умений и готовность их использовать; образованность; деятельность: общение, обученность, воспитанность; саморазвитие, самообразование; круг полномочий, опыт; личностные свойства (способности, характер, состояния личности); самосознание, самооценка; умение принимать решения и социально-нравственная ответственность за результат профессиональной деятельности [4].

Процесс развития профессиональной компетенции носит сложный, многоступенчатый характер. Становление работника как субъекта профессиональной деятельности происходит в процессе интериоризации внешних регуляторов (профессиональных норм, принципов) во внутриличностный план, в результате чего формируется система профессиональных ценностных ориентации и субъектная позиция специалиста как система его взглядов и установок в отношении собственного личностного и профессионального саморазвития.

Этот процесс необходимо сделать целенаправленным посредством технологий обучения, которые инициируют активную учебно-познавательную деятельность работника, мотивацию, организационную культуру, развивают его личностные качества, позволяют построить индивидуальный производственный маршрут.

Однако специалист, обладающий большим опытом логических знаний и навыков, не справится с конкретной задачей, если отсутствуют конкретно-предметные знания, при этом он также не решит профессиональную ситуацию, если отсутствуют навыки планирования, организации и контроля своей деятельности или, если он допускает логические ошибки. Многогранность и сложность профессиональной деятельности предопределили необходимость выделения в ней несколько сторон деятельности: поисковой (познавательной), коммуникативной, организационной, социальной и реконструктивной.

Таким образом, в современных условиях в организации необходимо совершенствование системы образовательного развития трудового потенциала работников организации. Важно разработать рекомендации, направленные на повышение профессиональной компетенции сотрудников различного ранга.

Список литературы

1. *Коровкин А.Г.* Проблемы согласования спроса на рабочую силу и ее предложения на российском рынке труда // Проблемы прогнозирования. 2011. № 2. С. 103-123.

2. *Горбунова Н.В.* Закономерности развития культурного капитала в трансформирующемся обществе. - Саратов: Изд. центр СГСЭУ, 2012. С. 53; С. 22-32; С. 152-154.

3. *Титова С.В., Ямалиева Л.А.* Модель компетенций управленческого персонала // Мир современной науки. 2013. № 1 (16). С. 32-36.

4. *Тульчинский Г.Л., Терентьева В.И.* Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд. М.: Вершина. 2011. 352 с.

УДК 378:1

УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ
BRAND MANAGEMENT OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS IN CONDITIONS OF MARKET COMPETITION

Андрей Алексеевич Булков, Юлия Юрьевна Перелейвода
Andrey Alekseevich Bulkov, Yulia Yurievna Pereleyvoda

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
Russian state University. A. N. Kosygin (Technology. Design. Art), Moscow, Russia
(e-mail: bulkovaa@mail.ru; pereleivoda.juliya@yandex.ru)

Аннотация: Проведён анализ отечественных подходов к управлению брендом образовательной организации. Рассмотрены особенности управления брендом образовательной организации в условиях рыночной конкуренции. Представлен анализ вариантов повышения эффективности управления процессом образовательного брендинга.

Abstract: The analysis of domestic approaches to brand management of the educational organization. The features of the brand management of educational organizations in conditions of market competition. The analysis of options to improve the management effectiveness of the educational branding.

Ключевые слова: управление брендом образовательной организации, рыночная конкуренция, эффективность управления, образовательный брендинг.

Keywords: brand management of the educational organization, market competition, management efficiency, educational branding.

Система высшего образования развивается наиболее активно. Формирование рынка образовательных услуг приводит к конкурентной борьбе за абитуриентов между вузами. Происходит внедрение инноваций в систему управления и достижения стандартов качества, вузам необходимо отстаивать конкурентоспособность.

В сложившихся условиях невозможно обойтись без маркетинга образовательных услуг. Наиболее важным является инструмент маркетинга – брендинг. В западных образовательных учреждениях он используется в качестве механизма формирования и повышения конкурентоспособности учебного заведения, для создания прочной репутации [1].

Понятие «бренд образовательного учреждения» является часто используемым практиками и теоретиками, хотя основной смысл данного понятия при этом не раскрывается. Под брендом образовательного учреждения следует понимать систему, которая объединяет товар, имиджевую составляющую, его образ в сознании потребителя, а так же видение производителем образов предоставляемой услуги, марки вуза и ключевых характеристик потребителей [2]. Одна из причин, почему университеты вынуждены прибегать к брендингу, заключается в важности адаптации системы образования России в условиях активной экономической и политической интеграции в мировое сообщество.

От уровня качества образования напрямую зависит репутационные характеристики учебного заведения, включающие: статус, имиджевый комплекс и степень престижа. Использование технологий бренд - менеджмента в сфере образования имею свои характерные особенности, и дают определенные преимущества.

Формирование бренда вуза ведется на основе двух областей. Первая, включает в себя рыночное позиционирование и систему идентификации бренда, а вторая содержит внутрен-

нее позиционирование бренда, систему идентификации, коммуникации и внутренний маркетинг [3]. Вуз осуществляет свою деятельность в соответствии со своей собственной философией. Философия включает в себя: цели образовательного учреждения, наличие высококвалифицированного профессорско-преподавательского состава, миссию вуза. Взгляды руководителей сформированные в целостную систему являются базой для философии учебного заведения.

Следующий этап - позиционирование. На данном этапе происходит размещение бренда вуза в сознании потребителя по отношению к конкурентам [4]. Позиционирование используется как основа для выстраивания коммуникации и стратегии развития бренда.

Развитие бренда вуза требует постоянного внимания со стороны различных специалистов. Бренд-менеджмент позволяет управлять активами бренда, совершенствовать и увеличивать его капитал. Результаты эффективного бренд-менеджмента: более высокие объемы продаж и цен, чем у конкурентов; способность минимизировать затраты на продвижение; устойчивость в кризисных ситуациях; укрепление корпоративной культуры. Бренд-менеджмент, также, направлен на формирование потребительской лояльности. Можно предположить, что показателями лояльности к бренду вуза могут выступать: высокий конкурс на бюджетные и внебюджетные места; постоянство контингента студентов; количество выпускников, желающих поступить в магистратуру и аспирантуру; степень удовлетворенности вузом; отзывы, как о самом образовательном учреждении, так и о качестве преподавания [5].

Далее создаются атрибуты бренда. К атрибутам бренда высшего учебного заведения относятся: история вуза, его графическое изображение (логотип), единый корпоративный стиль, интернет-ресурс.

Заключительным этапом является продвижение бренда. Оно осуществляется посредством выбора каналов коммуникации и способов продвижения, что происходит в соответствии со спецификой позиционирования и целевой аудиторией. Главной отличительной особенностью, продвижения высшего учебного заведения, является одновременная деятельность на двух рынках – рынке образовательных услуг и рынке труда. Вуз предоставляет потребителям два вида товаров: на рынке образовательных услуг – различные образовательные программы, а на рынке труда – квалифицированных выпускников. Поэтому существует необходимость продвижения как образовательных программ, так и самих выпускников [6].

На современном этапе развития интернет-коммуникаций, высшие учебные заведения не могут эффективно функционировать на рынке образовательных услуг без использования сети Интернет [7].

Большинство зарубежных и российских вузов имеют не просто сайты, а информационные порталы, которые помогают в обеспечении поддержки образовательного процесса.

Зачастую абитуриентам необходимо получить полную и актуальную информацию. Всемирная сеть интернет позволяет каждому пользователю получить доступ к различным сервисам с помощью интернет-портала. Подобные сайты позволяют абитуриентам получить информацию именно по тому направлению, которое интересно или необходимо [8].

Более того, интернет-портал позволяет отдельным филиалам, институтам, кафедрам и иным подразделениям использовать его как некую социальную платформу, помогающую в продвижении. В современном мире найти человека или информацию через социальные сети гораздо проще, чем по телефону, поэтому они стали неотъемлемым атрибутом коммуникации. Делиться мнениями, информацией и своими взглядами позволяют социальные медиа. С помощью них можно передавать разнообразный контент, в том числе с агитационным материалом, формы передачи очень разнообразны от текстовых сообщений до видео файлов [9].

Очевидно, что со временем значение брендинга в системе высшего образования будет возрастать, что связано с развитием рынка образовательных услуг. Вузы будут конкурентоспособными только при наличии сильного бренда, который предполагает положительный имидж образовательного учреждения и высокий уровень корпоративной культуры.

Тема брендинга образовательных учреждений в России стала особо актуальной в связи с развитием рыночной экономики и заметным ростом конкуренции в сфере высшего профессионального образования. Конкуренция в сфере образовательных услуг имеет место как в отношении студентов-россиян, что обусловлено демографическим кризисом в стране, так и в отношении иностранных студентов, которые обучаются в российских вузах. Помимо этого, резко возросло количество высших учебных заведений, осуществляющих подготовку по одним и тем же направлениям, что создает определенные трудности при выборе их абитуриентами [10]. Таким образом, расширение существующего бренда образовательного учреждения обеспечивает ему узнаваемость и повышение лидерских позиций на рынке образовательных услуг.

Расширение бренда – это использование уже существующего бренда для выведения на рынок нового продукта или товарной линейки, то есть распространение марки на новый сегмент потребителей или смежную товарную категорию. Идентичность бренда при этом остается неизменной.

Существуют следующие модели расширения бренда:

Зонтичный бренд – использование существующего марочного капитала с помощью предложения потребителям новых товаров в новых товарных категориях под тем же брендом [11]. В результате этого в лучшем случае происходит игнорирование информации, а в худшем случае – отказ от покупки.

Ассортиментный бренд – расширение ассортиментного ряда бренда в рамках одного исходного товара [12].

Линейное расширение – выведение на рынок продукта под именем бренда, помогающий удовлетворить иные потребности в сравнении с основным брендом. Бренд в этом случае остается на своей родной территории (в своей категории продуктов).

Создание нового бренда в своей категории – выведение на рынок нового бренда под новым именем в своем сегменте. Его задача оттянуть на себя часть потребителей более дешевых конкурентов. Такие бренды называются «фланговыми». Как правило у них другой потребитель. В условиях низкой конкуренции отсутствует необходимость создания таких компания. В рекламных материалах не используются ссылки на компанию-производителя, чтобы в сознании потребителей не появлялась связка. Главная цель – это защита от «нападающих».

Создание бренда под своим именем в другой категории – введение нового бренда в другой товарной категории с именем основного. В этом случае бренд успешен в своей категории, но хочется применить успешное имя и в другой категории. При введении такого бренда в другой товарной категории имя основного бренда остается. По мнению руководителей это самый легкий способ развития бренда, но мировой опыт показывает, что он и наиболее рискованный, который в большинстве случаев приносит в основном «минусы», а не «плюсы». Так же он является самым популярным способом на постсоветском пространстве и наименее популярным на Западе.

Создание нового бренда в другой категории введение нового продукта в новом сегменте со своим именем. У этого сегмента другая целевая аудитория. Основной бренд, при этом, имеет свою целевую группу и успешно развивается. Данный подход является классическим путем успешного построения системы брендов, по мнению ведущих мировых производителей. Но необходимо учитывать, что если между целевыми группами существующего и нового продуктов большие отличия, значит нужно создавать новый бренд.

Все пути расширения могут быть как успешными, так и губительными. Все зависит от специфики продукта, от уровня сегментации и от опыта. Но присваивая индивидуальность товарам, повышается приток потребителей и формирования лояльности уже существующих.

В целом в условиях современной рыночной конкуренции наиболее распространено зонтичное расширение бренда. Даже несмотря на все существующие его плюсы и минусы,

он остается самым востребованным и эффективным на современном рынке. Если потребители довольны какой-то определенной маркой, то они с радостью попробуют новый товар этого бренда [13].

В условиях современной высокой образовательной рыночной конкуренции зонтичное расширение будет наиболее эффективным. Так как в последнее время часто встречается повышение лояльности к вузам и расширение бренда образовательного учреждения через открытие новых направлений подготовки, магистерских программ, институтов дополнительного образования, колледжей. К этому же типу расширению можно отнести и объединение вузов, которое чаще всего вышеперечисленного встречается в последние пару лет на рынке образовательных услуг. Более сильные бренды-вузы включают в себя менее сильные и востребованные. Таким образом, расширение бренда вуза в условиях высокой конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг, является одной из важнейших проблем формирования конкурентоспособного бренда. Во-первых, в условиях проведения в школах ЕГЭ и ГИА в какой-то степени сокращается численность выпускников средней школы, в результате возрастает возможность оттока региональных абитуриентов в центральные вузы. Во-вторых, цены на образование в сильном вузе-бренде в разы выше цены за обучение в образовательном учреждении, не имеющих высокого статуса бренда. Наличие положительного бренда дает вузу достаточное количество конкурентных преимуществ.

Список литературы

1. *Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю.* Маркетинг образовательных услуг / Н.А.Пашкус, В.Ю.Пашкус. СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. 112 с.

2. *Грошев И.В.* Вуз как объект брендинга / И.В.Грошев, М.В.Юрьев // Высшее образование в России. 2010. №1. С.23-29.

3. *Болгова М.А., Ветрова Е.А.* Имидж, бренд и позиционирование образовательной организации высшего образования в условиях модернизации системы высшего образования // Вестник ТГУ, 2015. №7 (147). С.89-93.

4. *Сударкина Х.В.* Маркетинг образовательных услуг вуза: особенности, возможности, перспективы // Известия ЮФУ. Технические науки. 2012. №8. С.138-142.

5. *Бузуева Ю.Г.* Развитие маркетинга отношений в вузе на основе формирования лидеров мнений // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2013. №2-1. С.64-70.

6. *Лигидов Р.М., Таппасханова Е.О., Дотдаева А.Ю.* Бренд как фактор повышения конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг // Современные проблемы науки и образования. 2014. №6. С.65.

7. *Прохорова А.М.* Методы продвижения образовательного веб-портала в Интернете для привлечения потребителей или целевой аудитории // Новый взгляд. Международный научный вестник. 2015. №10. С.7-15.

8. *Савченко Ю.Ю.* Ключевые вопросы продвижения продукта вуза через сайт // Известия АлтГУ. 2012. №2 (74) С.306-310.

9. *Шполянская И.Ю., Воробьева А.М.* Модели и методы оптимизации структуры образовательных порталов вузов в системе интернет - маркетинга / И.Ю. Шполянская, А.М. Воробьева // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2012. №37. С. 301-311.

10. *Новикова Н.Г., Мухоморова И.В.* Развитие высшего образования в условиях современной экономики // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 9 (56). С. 81-88.

11. *Таппасханова Е.О., Тлупов С.Х. Лигидов Р.М.* Брэндинг и его особенности на российском рынке // Современные аспекты экономики. 2002. №13 (26). С.177-182

12. *Калиева О.М, Демина Т.А.* Из опыта формирования бренда частного образовательного учреждения // Вестник ОГУ. 2014. №11 (172). С.179-182.

13. *Левшина В.В., Воронина Н.А.* Определение целей в системе качества вуза // Проблемы современной экономики. 2009. №4. С.396-398.

14. *Новикова Н.Г., Мухоморова И.В.* Проблемы формирования и реализации государственной политики в сфере высшего профессионального образования и пути их решения // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2013. № 1. С. 62-66.

УДК 316

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ РЕКЛАМЫ МОДНОГО ПРОДУКТА В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ
SOCIO-CULTURAL ASPECTS OF ADVERTISING FASHION PRODUCT IN INDUSTRY AND TRADE

Андрей Алексеевич Булков, Альбина Андреевна Полонеева
Andrey Alekseevich Bulkov, Albina Andreevna Poloneeva

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: bulkovaa@mail.ru; albina_p1994@mail.ru)

Аннотация: Проведён анализ социокультурных аспектов рекламы модного продукта в промышленности и торговле. Рассмотрены особенности отечественных подходов к рекламе в условиях рыночной конкуренции. Проанализированы варианты повышения эффективности отечественного рекламного продукта.

Abstract: The analysis of the socio-cultural aspects of advertising fashion product in industry and trade. The peculiarities of the national approaches to advertising in terms of market competition. Analyzed options for enhancing the effectiveness of the national advertising of the product.

Ключевые слова: социокультурные аспекты рекламы, реклама модного продукта, отечественные подходы к рекламе, эффективность отечественного рекламного продукта.

Keywords: socio-cultural aspects of advertising, advertising fashion product, patriotic approaches to advertising, the effectiveness of the national advertising of the product.

В современных условиях высокой рыночной конкуренции происходит процесс взаимопроникновения культурных норм современного общества и рекламы [1]. Эксперты считают, что любая реклама, оказывающая воздействие на общество, использует определенные социокультурные факторы [2]. К привлекательным социокультурным образам в рекламе можно отнести популярные образы из мультиков, фильмов, сериалов и сказок, так как они являются культурным наследием и воспринимаются с наиболее положительной точки зрения [3]. Хорошим примером использования мультяшных образов является бренд «Простоквашино», который базируется на мультфильме «Трое из Простоквашино». В нем используются такие социокультурные факторы как доброта, открытость, гостеприимство русского народа и ценности жизни в деревне.

Являясь брендом молочной продукции - «Простоквашино», в своей рекламной кампании играет на убеждении людей в том, что произведенная за городом продукция более высокого качества [4]. Подобную установку использует и компания «Домик в деревне», акцентируя внимание на ценностях русского народа и жизни в деревне. Отличие заключается в том, что «Домик в деревне» демонстрирует жизнь не известной пожилой женщины, а «Простоквашино» привлекает давно знакомыми образами кота Матроскина, Шарика, Галчонка, Дяди

Фёдора и коровы Мурки [5]. Данные образы тесно связаны с отечественным менталитетом и нормами в обществе, которые уже сформированы и являются положительными персонажами. Именно поэтому, до недавних пор никому не известная компания по производству молочных продуктов стала популярным брендом [6].

В индустрии моды, большая часть относится к производству и распространению текстильной продукции - одежда, обувь, сумки. В связи с увеличением числа фабрик, брендов и успешных кампаний по продаже и производству одежды, вырастает и рыночная конкуренция. Выжить в подобной среде возможно благодаря использованию определенных, сильных социальных норм, установок и традиций. К примеру, бренд Боско Спорт (Bosco Sport), сформированный в 2001 году, выгодно использует национальные цвета российского флага [7] в коллекциях своей одежды, а так же узоры по мотивам русских народных промыслов. Более того, с 2002 года, Боско является генеральным партнером Олимпийского комитета и становится официальной экипировкой олимпийской команды России. Использование культурных и патриотических детерминант в рекламе одежды и обуви позволяются компании Боско выдерживать высокую рыночную конкуренцию.

Помимо использования положительных образов, культурных норм и социально-нормированных установок, в рекламе используются и иные факторы. Большинство рекламных кампаний играют на более примитивных человеческих установках – желание быть привлекательным для противоположного пола, соответствовать внешним стандартам красоты, выделаться в обществе, работать на индивидуальное благо и повышать свой социальный статус [8].

Особой популярностью пользуются следующие детерминанты:

- желание быть уникальным - потребность сохранить себя и свою значимость в мире разнообразных тенденций, почувствовать себя нужным, значимым элементом социальной системы, желание оставить память о себе в виде особого специфичного образа и/или культурного вклада. При использовании данного социокультурного детерминанта в рекламе, успешно продаются дизайнерские вещи ручной работы, изготовленные в единственном экземпляре или лимитированной коллекции. В этой связи реклама модных продуктов на основе этого постоянного фактора универсальна для мировой общественности [9];

- привлекательность эротических образов - первобытные желания продолжения рода, со временем, сформировались в устойчивую детерминанту, акцентирующую внимание на внешние физические качества человека. В каждой культуре понятие красоты, привлекательности и сексуальности разное, но европейские общекультурные стандарты во многом схожи. Общность наблюдается и в смежных восточных культурах. Используя форматы красоты, реклама модных продуктов использует привлекательные женские и мужские образы с целью привлечения внимания и создавая эмоциональный посыл, коррелирующийся с привлекательностью обладателя данной продукцией;

- классовость - практически любое общество подразделено на классы, страты или слои [10]. Не удивительно, что при подобном делении возникает желание присвоить себе или перейти в другой класс. Большинство модных товаров определяют и дифференцируют обладателя данной продукции к более высокому классу. В большинстве случаев подобные модные товары отличаются высокой стоимостью, средним качеством, брендовым именем, товарным знаком и широко известны общественности, что позволяет с первого взгляда классифицировать владельца объекта к состоятельному и успешному социальному классу. Реклама подобных товаров класса «люкс» отражает жизнь успешных, богатых людей, обладающих множеством социальных привилегий. Неудивительно, что многие люди хотят соответствовать и подражать созданным рекламным образам.

На основе культурных особенностей современного человека выделяется фактор, который активно коррелируется с благотворительностью - желание улучшить мир к лучшему. Это проявляется в рекламных акциях, направленных на финансовую помощь различным

фондам и бюджетным организациям. Крупные модные бренды зачастую самостоятельно создают благотворительные фонды и перечисляют проценты с продаж на общечеловеческие нужды. Освещение благотворительной деятельности в рекламе формирует крепкую привязанность клиентов, основанную на сострадании [11]. Ярким примером рекламы с использованием этой детерминанты, является крупнейшая сеть ресторанов быстрого питания - Макдоналдс. В их телевизионной и печатной рекламе часто встречаются фразы «один рубль с каждой покупки картофеля фри оправляется в детский дом малютки в городе N». С одной стороны - это особо популярный продукт питания, которым и отличается Макдоналдс, а с другой, формирует лояльность клиентов.

Современный мир шагнул далеко вперед в развитии науки и техники по сравнению с предыдущим веком. За счет развития всё новых и новых средств и способов коммуникации человечество стремиться упростить процесс общения и сделать общепонятными, легко распознаваемыми сообщения [12]. Так реклама модных технических устройств демонстрирует простоту обращения и интуитивно понятного пользования для любого человека. Модные и популярные социальные сети - Instagram, Vkontakte и т.д., освещают жизнь человека через его фотографии, именно поэтому в рекламах новейших телефонов, смартфонов и планшетов с каждой выпущенной моделью улучшается камера. Фото является универсальной, понятной, интересной и запоминающейся формой передачи информации. Тенденция перехода с текстовых сообщений на графические, обусловлена социальными и технологическими изменениями в обществе, и активно используется в рекламе модных продуктов.

Использование архетипов в качестве привлекательных образов для привлечения и сохранения покупателей имеет место повсеместно [13]. Так как архетипы - это универсальные образы, которые существуют в коллективной бессознательной сфере [14]. Они сформировались в течение долгого времени и в каждой культуре существуют свои архетипические образы. Сюжеты из мифов, фольклора, сказок и легенд переходящие из поколения в поколение и есть те самые устойчивые первообразы в культуре. Количество архетипов невозможно подсчитать точно, потому что в каждой общности, культуре или народности существуют свои культурные устои. Тем не менее, практически в любой рекламе можно выделить один из 12 основных архетипичных образа, которые выделил К.Г. Юнг [15]. Наиболее популярные архетипы в рекламе модного продукта - это Любовник, Герой, Бунтарь, Правитель и Шут [15]. Это наиболее привлекательные образы, которым общество желает соответствовать.

В отечественной культуре образу героя соответствует русский богатырь. Подобных архетип часто используется в рекламе дорогих и стильных товаров для ремонта, туалетной воды с терпкими ароматами и дизайнерской одежды в стиле «casual». Представляя модный товар в подобном ключе, рекламодатель формирует у людей подсознательную возможность стать героем при приобретении или использовании объекта [16].

Не на каждую культуру архетипический образ героя будет влиять одинаково сильно. Это обусловлено историческими событиями и культурными характеристиками народа. В связи с климатическими условиями и периодически возникающими военными действиями, на Руси и в России всегда ценились сильные, смелые, отважные люди. Причем сила духа ценится как у мужчин, так и у женщин. Этот факт делает подобный образ двухсторонне актуальным и действенным. Образ бунтаря для отечественной аудитории так же привлекателен, но этот архетип сформировался и укоренился в России гораздо позже, чем герой.

Любовник, в европейском понимании тот же джентльмен, представлен обворожительным, галантным, обладающим безупречными манерами, и в высшей степени привлекательным, с физиологической точки зрения, образом. Для России этот архетипический образ более привлекателен в женской ипостаси. В отечественной культуре внешняя красота и утонченность более свойственная дамам. Исторически сложившимся примером архетипа любовника в русском коллективном бессознательном является Василиса Прекрасная [17].

Почитание царской власти на Руси и уважение к высшему лидеру в России, ведет за собой популярность образа правителя у отечественной аудитории. Правитель несет на себе ответственность за свои и чужие деяния, им движет желание помогать миру и устанавливать контроль над различными сферами жизни. Применения данного архетипического образа в рекламе особо действенно на людей, состоящих в структуре английской культуры.

Один из особо популярных архетипов, сформированный в различных культурах с диаметрально противоположными оттенками значения – Шут [18]. В русской культуре в роле шута выступает Иванушка - дурачок, который хоть и просидел пол жизни на печи всё равно оказался удачливей многих. Подобные ассоциации вызывают рекламы развлекательных заведений, модных средств для передвижения (скейтборд, роликовые конки) и ярких коллекций модных дизайнеров. Наиболее успешно отечественные архетипические образы были использованы в рекламе популярного продукта для застолья или перекуса - сухариках «Хрусteam».

Суть рекламной кампании в том, что в образе знаменитых русских деятелей выступает знаменитый телеведущий, киноактер, популярный stend-up комик - Павел Воля. От ролика к ролику нам показывают устойчивые детерминанты почета, доверия и уважения к отечественным героям, правителям и государственным деятелям. Добавляя комичности в сцены с помощью искусственно созданной проблемы - нехватки сухариков, реклама максимально привлекает внимание целевой аудитории к продукту.

Примером эффективного применения отечественных образов, можно представить коллекции одежды Дениса Симачёва. Он является одним из ведущих российских модельеров и художников, наряду с Валентином Юдашкиным и Вячеславом Зайцевым. Он не раз становился лауреатом множества премий и международных конкурсов в области моды.

Денис Симачёв использует в своих коллекциях русскую народную символику, узоры и знаменитые образы. Коллекции модельера получаются яркие, необычные, привлекающие внимание широкой аудитории [19]. Таким образом, в рекламных кампаниях по продвижению товаров из разных категорий часто используются социокультурные детерминанты общего характера, но они не так успешны и привлекательны для аудитории, как рекламы с использованием точечно сформированных и конкретных детерминант.

Список литературы

1. *Эйтчисон Дж.* Разящая реклама. Как создать самую лучшую в мире печатную рекламу брендов в XXI в. // Новости рекламы. 2015. № 05. С. 3-6.

2. *Лешуков А.Г.* Социокультурная детерминация развития рекламы в пореформенной России // Вестник ЧГАКИ. 2012. №2(30). С.179-182.

3. *Ноздренко Е.А., Ескина А.А.* Использование этнокультурных образов в отечественной рекламе как отражение культурных традиций // Современные проблемы науки и образования. 2013. №6. С.1001.

4. *Цветков Я.С.* Атлас стереотипов и предрассудков. М.:Альпина нон-фикшн, 2013. 172с.

5. *Храмова М.Н.* Зверь как бренд. Зооморфные образы в сфере рекламы // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2012. №4. С.224-231.

6. *Потоша О.И., Коробкова Н.Е.* Исследования нерациональных эффектов поведения потребителей // Психологические проблемы современного бизнеса // ВШЭ. 2011. №5. С.112-121.

7. *Сысоева С.В.* Использование цвета в рекламе // СТЭЖ. 2011. №12. С.147-149.

8. *Суданов К.В.* Динамические стереотипы или информационные отпечатки действительности. М.: ПЕРСЭ, 2011. 157 с.

9. *Савушкина А.А., Титов Е.В.* Реклама как субъект атрофирования индивидуальности // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2013. №9. С.265-266.

10. *Гонашвили А.С.* Социальная стратификация российского общества // Общество: социология, психология, педагогика. 2015. №1. С.13-16.

11. *Сидлова А.Ю.* Этнический маркетинг: применение в условиях современной российской действительности // Омский научный вестник. 2015. № 1. С. 52-55.

12. *Шустов А.Ф.* Социальная оценка развития техники // Вестник ФГОУ ВПО Брянская ГСХА. 2014. №6 (2014). С.3-5.

13. *Маргарет М.* Создание бренда с помощью архетипов. СПб.: Питер, 2015. 106 с.

14. Белоусова К.И., Тетерина Е.В. Архетипы в рекламе // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2013. №9. С.236-237.

15. *Юнг К.Г.* Архетип и символ. М.: Канон +, Реабилитация, 2015. 336с.

16. *Кошетарова Л.Н.* Архетип и символ как основные формы выражения культурных смыслов рекламы // ЗПУ. 2010. №4. С.122-126.

17. *Ширгазина А.Э., Чистякова А.А.* Мифотехнологии в рекламе // Современные наукоемкие технологии. 2013. №10-2. С.244-245.

18. *Калиниченко С.С., Квеско Р.Б.* Мифодизайн как социокультурный феномен // Известия ТПУ. 2009. №6. С 85-97.

19. *Родионова Д.Д.* Феномен моды в зеркале философии // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2012. №18. С.33-41.

УДК 316.77

ТЕХНОЛОГИИ МАССОВОЙ РЕКЛАМЫ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ
THE TECHNOLOGY OF MASS ADVERTISING IN INDUSTRY AND TRADE

Андрей Алексеевич Булков, Таиса Николаевна Совальскова
Andrey Alekseevich Bulkov, Taisa Nikolaevna Sovalskova

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: bulkovaa@mail.ru; cool.taia@yandex.ru)

Аннотация: Проведён анализ современной массовой рекламы. Рассмотрены отечественные особенности массовой рекламы в промышленности и торговле. Проанализированы технологии массовой рекламы в промышленности и торговле.

Abstract: The analysis of modern mass advertising. The national peculiarities of advertising in industry and trade. Analyzed the technology of mass advertising in industry and trade.

Ключевые слова: массовая реклама, реклама в промышленности и торговле, технологии массовой рекламы.

Keywords: mass advertising, advertising in industry and trade, technology, mass advertising.

На российском рекламном рынке с каждым годом всё чаще разграничивают направления развития рекламных коммуникаций, как ATL и BTL. Термины Above the line (англ. «над чертой») и Below the line (англ. «под чертой») появились в середине XX века, но внимание к технологиям BTL стало уделяться только в последнее время, после определения тенденции к разграничению традиционных видов рекламы и «необязательных» мероприятий способствующих стимулированию сбыта – прямой маркетинг, промоушен и мерчендайзинг.

Расходы на ATL рекламу связаны с размещением рекламного материала в средствах массовой информации. Выделяют пять основных составляющих ATL: печатные СМИ; радио; телевидение; кино; наружная реклама.

Одной из отличительных черт BTL является возможность двухстороннего контакта, когда модно не только донести информацию до потребителя, но и отследить и проанализировать его реакцию.

Основная системообразующая цель BTL – это увеличение доли рынка и прибылей компании. Исходя из этой цели, можно выделить основные задачи BTL: информирование о новинках; повышение узнаваемости товара; расширение аудитории потребителей; удержание существующих клиентов; переключение потребителя с конкурирующего бренда на свой бренд; поддержание и укрепление имиджа торговой марки; создание эмоциональной связи между брендом и потребителем.

BTL-технологии универсальны. Возможность реализации творческих идей огромен, любой необычный и новый подход заставит заиграть новыми красками самый распространенный сценарий рекламного продвижения. В этом и состоит удобство применения BTL-технологий. Комбинируя различные сценарии, изменяя и добавляя детали, можно применить и адаптировать любую программу под любые цели и под любой бренд. Для многих компаний (таких как производителей табачных изделий, традиционная реклама которых запрещена законодательством) BTL является единственным способом коммуникации с потребителем. В связи с этим интерес к BTL-мероприятиям растёт и осознается важность их развития.

Разные авторы предлагают свои классификации BTL-технологий. По классификации американских авторов к BTL относят: различные формы стимулирования сбыта; паблик рилейшнз; прямой маркетинг; выставки, упаковка; личные продажи и т.п. [1].

По классификации российских авторов BTL включает в себя: прямой маркетинг (direct marketing); продвижение прямым потребителям (consumer promotion); продвижение в дистрибьюторской и розничной сети (trade promotion); POS-материалы, визуальные коммуникации (POSM and In-store visual communications); событийный маркетинг (event marketing) [2].

Проведём анализ содержания составляющих BTL.

Прямой маркетинг означает непосредственное взаимодействие производителя (продавца) с конечным потребителем определенного товара. Основными формами прямого маркетинга являются: личная продажа (персональная продажа); директ-мейл маркетинг; каталог-маркетинг; телефон-маркетинг; интерактивный маркетинг; телемаркетинг.

Личная продажа (англ. – personal selling) – главное средство прямого маркетинга, этот приоритет очень явный, что довольно часто персональная продажа употребляется без упоминания прямого маркетинга, представляя собой отдельный элемент коммуникационного процесса [3].

Директ-мейл маркетинг (англ. - direct mail marketing) представляет собой особый вид интерактивного взаимодействия между продавцом и покупателем. Данное взаимодействие должно устанавливаться в процессе продажи конкретного товара или услуги при условии, что покупатель является полноправным участником, а непассивным объектом. Основными инструментами директ-маркетинга являются почтовая рассылка; факс-рассылка; e-mail-рассылка; курьерская доставка; демонстрация товара в реальном времени; посылочная торговля по каталогам и т.д.

Прямой маркетинг более экономичен по сравнению с обычной рекламной в средствах массовой информации. Прямой маркетинг позволяет узнать реакцию потребителя на полученное сообщение и при необходимости позволить в короткие сроки скорректировать сообщение так, чтобы оно максимально удовлетворяло потребности и интересы потребителя и производителя.

Каталог-маркетинг (англ. - catalogue marketing) – метод прямого маркетинга с использованием каталогов товаров, рассылаемых покупателям по почте либо раздающихся лично. Каталоги товаров чаще всего представляют собой многостраничные проспекты с фотографиями товаров, указанием их характеристик и цены.

Так же как разновидность каталог-маркетинга можно рассматривать размещение в периодических изданиях различной направленности купонов на заказ конкретного товара.

Телефон-маркетинг (англ. - telemarketing) – предполагает установление контакта (по крайней мере, первого) между потребителем и продавцом посредством телефона. Коммуникационные характеристики телефон-маркетинга сходны с персональными продажами.

Телемаркетинг прямого отклика (англ. - direct-response television marketing) иногда называют еще «магазином на диване». Чаще всего это программа на ТВ канале длительностью от 15 до 30 минут, посвященная определенному товару. Покупатель может заявить о желании приобрести товар, позвонив по указанному телефону в ходе трансляции. После заказа товар будет доставлен получателю курьером по указанному адресу.

Интерактивный маркетинг – электронный вид торговли, осуществление торговых операций с использованием инфокоммуникационных технологий, связывающий потребителя и покупателя с компьютеризированным банком данных продавца.

Интерактивный маркетинг является новым направлением работы с конечным потребителем. Интерактивный маркетинг использует инновационные инструменты и подходы и базируется на современных технологиях, используя интернет ресурсы.

Следующий вид BTL-технологий – продвижение прямым потребителем (consumer promotion). Данный комплекс мероприятий направлен на стимулирование приобретения товаров или услуг среди потенциальных потребителей.

Продвижение прямым потребителем является одним из главных средств непрямой рекламы. Данная технология применяется компаниями, работающими в сфере, где прямая реклама запрещена или ограничена.

Продвижение в дистрибьюторской и розничной сети (trade promotion). Важным этапом достижения поставленной цели в увеличении продаж является взаимоотношение с торговыми посредниками и дистрибьюторами.

Trade promotion включает в себя: стимулирование персонала торговой сети (бонусные системы, конкурсы, изучение мотивации персонала и т.д.); программы повышения лояльности партнеров (организации семинаров и конференций, акций и праздников с привлечением партнеров); мерчендайзинг.

Стимулирование сферы торговли включает: предоставление товара бесплатно (для «пробы»), проведение совместной рекламы, выдачу премий-толкачей, проведение торговых конкурсов дилеров и дистрибьюторов, - зачеты за покупку, предоставление различного рода скидок и т.п.

Для персонала фирмы это, прежде всего премии, затем конкурсы, конференции, участие самых успешных в прибыльных кампаниях, организации развлекательных мероприятий и поездок, предоставление дополнительных дней к отпуску и т.д.

Правильно организованные мероприятия по стимулированию торговых посредников помогает повысить уровень продаж и дистрибуции, способствует активному росту продаж в период сезонного спада, способствует повышению лояльности посредников к компании.

Мерчендайзинг (merchandising – искусство торговать) – это направление маркетинговой коммуникации, способствующее стимулированию продаж через привлечение внимания конечных покупателей к определенному товару или марке без активного участия персонала в торговом зале. Этот способ используется для создания условий контакта потребителя с товаром с помощью визуального или иного привлечения внимания к товару с целью возникновения желания у потребителя приобрести товар.

Менчендайзинг включает в себя: размещение товара, разработку и размещение рекламных материалов, которые содержат информацию о товаре в том месте, где потребитель готов сделать покупку.

POS-материалы - визуальные коммуникации (POSM and In-store visual communications). Место продаж по-английски - Point of Sales (POS). Это средства оформления мест продаж

POS materials. В России на профессиональном языке называют средства POS или POS материалы.

Задачей POS материалов – повышение продаж кого-либо конкретного товара или группы товара в конкретном торговом месте. Воздействие средств POS носит ограниченный характер во времени и пространстве, данные средства призваны мотивировать на действие «здесь и сейчас». Этим POS отличается от телевизионной рекламы, которая не предполагает незамедлительной реакции покупателя [4].

Реклама на местах продажи может быть менее запоминаемой, чем наружная реклама или другие формы традиционной рекламы, так как она призвана стимулировать покупателя к мгновенным действиям. Реклама POS должна быть заметной, но не затенять товар, а наоборот подчеркивать и выделять его.

POS-материалы включают в себя: воблеры, стикеры, вымпелы, световые короба, гирлянды, мобайлы, муляжи и др.

Привлечь максимальное внимание к товару, проинформировать о его свойствах и связанных с ним специальных акциях, выгодно расположить его на полках торгового зала - задача POS материалов.

В последние годы популярность приобретает использование рекламы на мониторах. Реклама на мониторах, установленных в местах продаж – это молодой и расширяющийся сегмент российского рекламного рынка. Рынок рекламы на мониторах является дополнением к другим рекламным носителям, обладая уникальными свойствами эффективного воздействия на потребителя в отличие от других каналов рекламной коммуникации.

Свойством рекламы на мониторах можно отметить, что это новый медиаканал совмещающий принципы станичной наружной рекламы, материалов в местах продажи и телевизионной рекламы с её мощным эффектом воздействия. Законодательно реклама на мониторах в местах продаж регулируется именно как реклама на местах продаж (Point-of-sale), что обуславливает интерес к ней у товарных категорий, прямая реклама которых запрещена в других медиа, например, на ТВ запрещено рекламировать табак и алкоголь [5].

Следующим видом BTL-технологии является событийный маркетинг (event marketing). В переводе с английского языка понятие event означает событие, однако включает в себя смысловые оценки благоприятного случая, исключительного происшествия, наиболее вероятного желаемого результата, мероприятия, спортивного состязания. Event является способом продвижения, который направлен на создание и поддержание успешного имиджа товара или марки в целом с помощью нестандартных акций (специальных событий).

Все специальные события условно можно разделить на три группы.

Первая группа мероприятий представляет trade events, включает мероприятия организованные для партнеров, дилеров, дистрибьюторов и клиентов. Эти мероприятия носят деловой характер, но не исключают развлекательную часть для придания положительного эффекта мероприятию.

Следующая группа мероприятий corporate events. Это корпоративные мероприятия – юбилеи компаний, профессиональные праздники, совместный отдых сотрудников.

Корпоративные мероприятия уникальны по своей составляющей, они дают возможность донести идеи компании до сотрудников. Данные мероприятия служат важным внешним маркетинговым инструментом, на эти мероприятия всегда можно пригласить главных партнеров и VIP-клиентов. Это обеспечивает приглашенным гостям эмоциональное удовлетворения от ощущения своей значимости для компании. К этой группе так же можно отнести дни рождения сотрудников, вечеринки, пикники, праздники и teambuilding (командообразование). Основательно продуманная корпоративная культура любой без исключения фирмы предполагает совместный досуг коллектива. Данными мероприятиями пользуются множество компаний, которые создают престиж, заботясь о своих сотрудниках.

Третья группа представляет собой special events [6].

По оценкам специалистов, рост оборотов рынка BTL-услуг в среднем составляет около 30 % в год. Московским агентствам прогнозируют рост в 28 %, региональным - 35 %. Считается, что российский рынок BTL будет развиваться по западному сценарию, где более 50 % рекламных бюджетов тратится на BTL. По оценкам Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), в нашей стране на BTL приходится 24 %. Увеличению объемов будут способствовать рост стоимости телевизионной рекламы и отток среднего бизнеса с рынка прямой рекламы в BTL и развитие технологии CRM (customer relationship management - управление взаимоотношениями с клиентами), обеспечивающей эффективную обратную связь с потребителем на уровне конкретного индивида [7].

Четко спланированная и проведенная промокампания позволяет увеличить вдвое объем продаж. Продуманный мерчендайзинг позволяет повысить доходность точки на 15 - 300 %. POS реклама способна увеличить потребительскую активность до 5 раз.

Важно отметить, что только гармоничное использование ATL и BTL технологий в массовой рекламе позволят достичь желаемого эффекта.

Список литературы

1. *Александрова Л.А.* Креативность как фактор рекламной коммуникации: дис. ... канд. философ. наук : 09.00.11. Ростов-на-Дону, 2009. 150 с.

2. *Авдулова Т.П.* Психологические основы менеджмента. М.: ЛИБЕРЕЯ-БИБИИНФОРМ, 2012. 154 с.

3. *Бьюзен Т.* 10 способов развить креативность. - СПб.: Попурри, 2010. 168 с.

4. *Марочкина С.С.* Введение в специальность. Реклама. – М.: ЮНИТИ, 2012. 239 с.

5. *Пантелеева И.А., Прокопьева Г.Ю.* Интерактивные технологии в рекламе: особенности построения рекламной коммуникации в интернет-сегменте // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2014. № 3 (144). С. 172-176.

6. *Савельева О.О.* Социология рекламного воздействия. М.: РИП-холдинг, 2006. 284 с.; Синельникова Л.Н. Признаки дискурсивной матрицы гуманитарного пространства нового века // Политическая лингвистика. 2009. № 29. С. 56-68.

7. *Узлов Н.Д.* Как психологические теории преобразуются в метаязык современных психотехнологий: фантазии и размышления на примере креативной рекламы // Вестник Пермского университета. 2013. № 2 (14). С. 142-145.

УДК 336.144.36

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РИСКА БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИИ
PROBLEMATIC ASPECTS OF ASSESSING THE RISK OF BANKRUPTCY OF THE ORGANIZATION

Наталья Ивановна Ингман
Natalya Ivanovna Ingman

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

Аннотация: Рассмотрены проблемные методические аспекты оценки вероятности банкротства организаций на основе сравнительного анализа применяемых методов.

Abstract: Consider the problematic methodological aspects of estimating the probability of bankruptcy organizations on the basis of comparative analysis of applied methods.

Ключевые слова: оценка риска банкротства, анализ финансового состояния.

Keywords: assessment of risk of bankruptcy, financial analysis.

Интерес к оценке рисков вообще, и оценке рисков банкротства в частности, становится все более актуальным для всех хозяйствующих субъектов в условиях экономической нестабильности. Своевременная диагностика финансовых проблем внутри организации, принятие управленческих решений с учетом их влияния на показатели эффективности, финансовой устойчивости и платежеспособности стала объективной потребностью.

В зарубежных и отечественных источниках, а также в документах, отражающих нормативно-правовое регулирование финансового анализа организаций в условиях банкротства, содержится большое количество разнообразных методов и подходов к оценке риска банкротства.

Начало развития института банкротства в России было положено еще во времена Древней Руси, однако первые законодательные нормы появились у нас гораздо позже, чем в странах Европы и США, где существующие институты банкротства ориентированы либо на кредитора, либо на должника. Не простой путь от Устава о торговой несостоятельности до Закона «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» в 1992 году, самым продуктивным отрезком которого была Петровская эпоха, являлся только началом формирования института банкротства в России, который продолжается и сегодня, что как нельзя лучше отражает реалии и потребности состояния экономики страны.

Сложные условия ведения бизнеса делают задачу определения степени риска банкротства или риска потери имеющейся финансовой устойчивости одной из первостепенных для организации, как в отношении себя, так и в отношении своих контрагентов. Например, адекватная действительности оценка кредитного качества заемщика коммерческими банками является залогом их финансовой стабильности с одной стороны, с другой стороны – слишком жесткие критерии оценки отрицательно сказываются на объемах кредитования. При этом результаты этой оценки могут значительно отличаться в зависимости, в том числе и от используемого методического обеспечения.

Анализ финансового состояния организации на основе бухгалтерской отчетности носит ретроспективный характер и предполагает расчет ряда абсолютных и относительных финансовых показателей, отражающих степень платежеспособности, финансовой устойчивости и финансового риска и используемых в различных комбинациях при оценке вероятности банкротства.

Дальнейшая оценка результатов анализа предполагает сравнение расчетных значений показателей с их оптимальным уровнем с точки зрения риска неплатежей и риска банкротства. Интерпретация результатов носит субъективный характер и зависит в значительной степени от квалификации аналитика, его знания специфики отрасли, конкретной организации и условий ее хозяйствования.

Разработки зарубежных и отечественных экономистов в области диагностики вероятности наступления банкротства организации базируются на двух основных подходах – количественном и качественном.

Качественный подход реализуется путем сравнения данных анализируемой организации с данными обанкротившихся компаний (А-счет Аргенти, метод Скоуна). Метод интегральной балльной оценки, предложенный отечественными экономистами, использует, определяемые экспертным путем, веса значимости используемых показателей, объединив количественный и качественный подходы при его разработке.

При количественном подходе реализуется метод дискриминантного анализа, при котором оперируют коэффициентами, рассчитанными на основе данных бухгалтерской финансовой отчетности, сведенными в уравнение интегрального показателя с определенными весовыми коэффициентами (модели Альтмана, Таффлера и др.).

Зарубежные комплексные методики по оценке риска несостоятельности или банкротст-

ва, основанные на использовании ключевых финансовых коэффициентов с расчетом интегрального показателя, получили широкое распространение с 60-х годов XX века. Однако применение в отечественной практике моделей, разработанных на основе статистики зарубежных предприятий, не может гарантировать точный прогноз вероятности банкротства российских организаций.

К примеру, использование для диагностики банкротства модели Таффлера и Тишоу дает, как правило, положительный ответ на вопрос о финансовой устойчивости организации, не смотря на наличие очевидных финансовых проблем. Сложность расчетов и сомнительность получаемых результатов свойственны и модели Фулмера, при этом использование автором достаточно большого количества показателей, казалось бы, позволяет получить адекватный действительности интегральный показатель. Модель Спрингейта не отражает отраслевой и региональной специфики организации и использует показатели, характеризующиеся высокой степенью корреляции.

Разработки российских экономистов в этом направлении достаточно разнообразны и многочисленны, однако при этом необходимо отметить проблематичность получения в достаточном объеме достоверной исходной информации о статистике банкротств, что вызывает вопросы в отношении параметров при используемых коэффициентов и критериев оценки. При прозрачности и простате расчетов модель Иркутской государственной экономической академии дает в большинстве случает диаметрально противоположные результаты по сравнению с другими методиками.

Модель Ковалева может быть использована в основном для проведения внешнего финансового анализа, кроме того следует отметить жесткие границы финансовой состоятельности и банкротства. Использование в моделе Зайцевой показателей, которые не находят своего отражения в открытой отчетности, ограничивает возможность ее применения для внешнего анализа.

Кроме того, используемые в расчетах относительные показатели эффективности и обеспеченности организации источниками финансирования зачастую не позволяют сделать корректные выводы на их основании в силу трудности интерпретации их расчетных значений.

Оценка финансового состояния организации с целью оценки риска банкротства, финансовый анализ организаций – должников, как и поиск резервов их финансового оздоровления, в современной экономике является неотъемлемой частью системы финансового менеджмента организации, поэтому выбор подхода, модели или набора показателей, критериев их оценки, легкость адаптации, практической реализации методик в рамках конкретной организации и интерпретации результатов должны соответствовать запросам пользователей и изменениям экономической конъюнктуры.

Список литературы

1. *Альтман Э., Хотчкисс Э.* Корпоративные финансовые трудности и банкротство: Предупредить и избежать банкротства, анализа и инвестирования в проблемные долги. ООО Джон Вайли и сыновья, 2006. 368 с.

2. *Бивер В.* Финансовые коэффициенты в качестве показателей банкротства неудачи, эмпирических исследований в области бухгалтерского учета // Журнал исследования бухгалтерского учета. 1966. С. 4.

УДК 65.013

КОМАНДА РУКОВОДИТЕЛЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ: ПОДБОР БЛИЖАЙШЕГО ОКРУЖЕНИЯ
TEAM LEADER AS THE FACTOR OF INCREASE OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT: THE SELECTION OF ENTOURAGE

Наталья Валентиновна Калинина, Игорь Викторович Калинин
Natalia Valentinovna Kalinina, Igor Viktorovich Kalinin

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: kalinata66@mail.ru; sokramento@mail.ru)

Анотация: В статье обсуждается проблема подбора руководителем своего ближайшего окружения, стратегии комплектования управленческой команды

Abstract: The article discusses the problem of selection of the head of his entourage, picking strategy management team

Ключевые слова: команда руководителя, управленческая команда, подбор кадров, ближайшее окружение руководителя, стратегии подбора кадров

Keywords: team leader, management team, recruitment, entourage head, strategy, recruitment

Несмотря на огромное количество публикаций посвященных проблеме команды и её образованию, в настоящий момент приходится констатировать некоторый спад интереса к указанной тематике. Данный спад, по-видимому, вызван несколькими обстоятельствами - макро и -микро уровневого характера:

1) Наметившемуся переходу от коллективных форм управления к их более индивидуализируемым вариантам.

Напомним, что в свое время мы обращали внимание на наметившуюся в 90-х годах XX столетия тенденцию замены привычного в советский период существования российского государства термина «коллектив», на более соответствующий рыночной экономике, термин «команда». На наш взгляд это было связано, в первую очередь, с восприятием «массовым сознанием термина «коллектив» как дефиниции, несущей мощную идеологическую нагрузку» [1]. Это мнение получило поддержку у одного из признанных авторитета отечественной психологической науки Г. М. Андреевой [2]. В дальнейшем нами были выделены следующие черты отличающую, группу типа «коллектив» от группы типа «команда» (см. табл. 1).

Таблица 1. Отличие групп типа «команда» от групп типа «коллектив» [3]

Коллектив	Команда
Наличие совместной деятельности “плечом к плечу” обязательно	Наличие совместной деятельности “плечом к плечу” необязательно
Невозможность длительного существования в рассредоточенном виде	Возможность очень длительного времени существования в рассредоточенном виде.
Отсутствие разностатусности, иерархичности, внутри группы.	Наличие разностатусности, субординационности внутри группы.
Сильные ассоциации с социалистической системой	Нет сильных ассоциаций вообще с какой-либо идеологической системой
Обязательное наличие высокой степени выраженности хотя бы одного из следующих феноменов: ценностно-ориентационного	Наличие указанных слева феноменов скорее желательно, чем обязательно, однако не всегда возможно..

единства (ЦОЕ), коллективистического самоопределения (КС), деятельностно групповой эмоциональной идентификации (ДГЭИ)	
Эмоциональные неформальные отношения занимают **более** значимое положение, чем отношения формализованно-деловые.	Эмоциональные неформальные отношения занимают **менее** значимое положение, чем отношения формализованно-деловые.
В большей степени соотносим с группой исполнительского уровня	В большей степени соотносим с группой управленческого уровня
Реализация задач спущенных руководителем	Наряду с реализацией задач спущенных свыше и собственное видение проблемы
Цель группы этого уровня всегда совпадает с целью организации.	Цель группы этого уровня не всегда совпадает с целью организации.
У руководителя, как правило, нет возможности влиять на распределение каких-либо ресурсов материального характера внутри группы, поэтому стимулируется интенсивный обмен ресурсами нематериального (психологического) плана между членами группы.	У руководителя почти всегда есть возможность влиять на распределение каких-либо ресурсов материального характера внутри руководимой им группы, поэтому возможность обмена нематериального (психологического) характера, хотя и желательно, но отнюдь не обязательно.
Основное внимание при комплектовании обращается на совместимость по горизонтали	Основное внимание при комплектовании обращается на совместимость по вертикали

Однако за последующие полтора десятилетия термин «команда» постепенно стал уступать место проблемам более широкого организационно-консультативного порядка, где более предпочтительным оказывается обсуждение «карьерного развития», «коучинга», «ресурсного и личностного потенциала» и т.д.

2) Переходу от углубленного теоретического уровня осмысления проблемы к ее более прагматически-практическому коммерческому использованию, которое не предполагает излишней огласки;

3) Склонности определенной части российских авторов к замене термина «команда» (и ее построение) на его англоязычный вариант «teambuilding», который намного легче распознается Google Trends (публичное web-приложение корпорации Google, основанное на поиске Google), однако семантически и культурально не является полным аналогом русскоязычного понятия. Некоторые из современных исследователей [4] указывают, что в мировом сообществе отмечается снижение интереса к «teambuilding», тогда как в России ситуация выглядит противоположным образом. Объяснение такому положению дел автор видит в том, что в отличие от России в мировом сообществе «teambuilding» «…стал неотъемлемой частью жизни организации и не вызывает большого количества вопросов…» [4, С. 17]. Хотя в подмеченном положении дел есть рациональное зерно, мы не склонны с этим соглашаться, как минимум по следующим причинам:

а) При таком подходе Россия оказывается как бы за периметром мирового сообщества, что по понятным соображениям, в принципе, не может не вызывать возражений;

б) Так называемое «мировое сообщество» состоит из конкретных стран, очень сильно различающихся между собой по экономическим, политическим и культурным основаниям. В результате объединения их в «мировое сообщество», происходит усреднение запросов по каждой стране в отдельности и страны, обнаруживающие такую же тенденцию роста интереса к «teambuilding», как и Россия ,«растворяются» в общем показателе. Для того чтобы в этом убедиться достаточно обратить внимание на такую страну как Германия. Исследование частоты обращения в поисковом запросе Google Trends по термину «teambuilding» (за период

с 2004 года по настоящее время) показывает, что интерес к «teambuilding» в Германии не только обнаруживает тенденцию роста, но и в несколько раз превышает Российский показатели.

4) Трудностями идентификации группы типа «команды» в условиях отсутствия общепринятой классификации. И если деление команд на управленческие и рабочие (исполнительские) является общепризнанным, то согласия в отношении дальнейшей дифференциации каждой из выделенных типов по тому или иному основанию - нет. Одно только перечисление названий выделяемых подтипов команд, могло бы занять несколько абзацев, что в условиях ограниченного объема данной статьи не представляется возможным.

5) Сложностью в изучении особенностей и способов комплектования определенного типа управленческих групп, которые подбирались самим руководителем без привлечения специально подготовленных для профессионального выполнения этой задачи рекрутёров. Зачастую, не содержа в своем составе термина «команда», обозначение таких групп точнее, чем термин «команда», схватывает психологическую сущность того микросообщества, которое интуитивно комплектует руководитель, не всегда ясно осознавая учитываемые им признаки целесообразности выбора того или иного кандидата: «карцерная группа» [5]; обоймы, кланы [6], «внутренний круг» [7] ближайшее окружение [8]; [9] и т. д., и т. п. Вполне понятно, что при поисковом запросе указанные группы будут выпадать из анализа, поскольку не будут идентифицироваться как «команды», хотя в действительности они могут составлять тот костяк, на который реально опирается руководитель при принятии самых важных решений.

И хотя в ряде публикаций мы специально анализировали различия, которые существуют между терминами «команда руководителя» и «ближайшее окружение руководителя» [10], в рамках данной работы мы сосредоточимся на несколько иных аспектах, которые являются общими и для первого, и для второго вида управленческих групп. Полагая, что и для той и другой ключевым является не только ориентация на профессионализм исполнителя, но и учет ранее не попадавших в фокус внимания исследователей моментов, мы обосновали целесообразность выделения двух факторов, на которые ориентируется руководитель при сосредоточении вокруг себя нужных ему лиц: а) субъектов под которых происходит подбор («подбор под себя» и «подбор под другого»); б) задач, на которые ориентируется руководитель («свои задачи» и «задачи заданные извне»). Приоритетность использования при подборе того или иного фактора позволяет выделить две стратегии комплектования руководителем своего окружения. Если первым фактором при подборе выступает выбор субъекта, а потом ему поручается реализация «своей» или «заданной» задачи, то такая стратегия называется ***субъектно-центрированной стратегией подбора ближайшего окружения***. Если же в качестве первого шага при подборе идет прояснение задач и последующее их разделение на «свои задачи» и «задачи заданные извне», и только после этого под них подбираются субъекты, способные эти задачи реализовать, то мы имеем дело с ***телеологически-центрированной (задачно-ориентированной) стратегией комплектования команды.***

Поскольку субъектно-центрированная стратегия подбора уже являлась предметом нашего исследования [11], сделаем несколько комментариев относительно телеологически-центрированной стратегии комплектования команды. В рамках данной стратегии предполагается, что руководитель имеет достаточно четкое представление о тех задачах, которые он реализует в своей деятельности и обладает способностью дифференцировать их на те, которые он считает «своими» и те, которые «заданны извне».

Под ***«своей задачей»*** понимается задача, добровольно синтезированная самим субъектом, идентифицируемая и принятая им как «собственная кровная идея», которая затрагивает сущностные моменты содержания его ценностно-смысловой сферы и рассматривается им как неотделимая часть его личности. Указанный тип задач может активизироваться с различных уровней потребностно-мотивационной сферы личности. Если за модель мотивационно-

потребностной сферы взять пирамиду потребностей А. Маслоу, то «своя задача» руководителя может быть сопоставлена с любым из выделяемых в его концепции уровней: витального, безопасности, принадлежности, самоутверждения, самоактуализации. Соответственно, задача «заданная извне» — это задача, которую субъект вынужден выполнять либо в силу должностных обязанностей, либо в силу обращения к нему значимого лица, либо в силу форс-мажорных обстоятельств.

Предположим, из 20 кандидатов требуется отобрать 5 человек в резерв, которые в ближайшем времени могли бы претендовать на вакантные должности. Логично организовать две ступени испытаний, в рамках которых на первом этапе будет отсеяно 50% процентов претендентов на перспективную должность, на втором еще 50 %. Результатом явится требуемые 5 человек, которые получат хороший шанс карьерного продвижения. Введем два обобщенных критерия: один из них - лояльность человека организации, а другой – компетентность. Простой перебор существующих вариантов показывает, что если первым фильтром будет являться критерий «лояльность», то среди отсеянных кандидатов могут оказаться те, которые превосходят оставшихся по профессиональной компетентности. В данном случае на втором этапе может быть получен феномен «лояльного середничка». Прямо противоположный результат можно получить, если фильтры выбора критериев поменять местами: сначала компетентность (первый этап), а потом лояльность (второй этап). В данном случае среди оставшихся 5-ти претендентов могут оказаться субъекты весьма компетентные в профессиональном отношении, однако, не вполне лояльные/преданные организации/руководителю (феномен «продажного профессионала»). Очевидно, что в последующем для двух пятерок кандидатов, потребуются различные технологии воздействия для приведения их к желаемым стандартам. Так феномен «преданного середничка» требует дополнительных затрат обучающего порядка: переподготовка, повышение квалификации, стажировка и т. д. При этом нужно понимать, что указанными средствами отсутствующие умения и способности могут быть и не компенсированы. В случае феномена «продажного профессионала» требуются усилия совсем иного рода, предполагающие активность со стороны самого руководителя, в штат которого поступит данный сотрудник. При этом активность руководителя должна быть направленна на повышение собственного авторитета, а также на поиск способов, увеличивающих лояльность сотрудника. В этом случае, так же нужно быть готовым к тому, что усилия, предпринятые в данном направлении, могут оказаться не вполне оправданными.

Ограничения объема данной статьи не дают нам возможности углубиться в дальнейшее обсуждение обозначенной темы. Тем не менее, сказанного вполне достаточно, чтобы убедиться в важности исследования проблемы подбора руководителем своего ближайшего окружения как фактора успешности управленческой команды.

Список литературы

1. *Деркач А.А.* Стратегии подбора и формирования управленческой команды [Текст] / А.А. Деркач, И.В. Калинин, Ю.В. Синягин. — М.: Изд-во РАГС, 1999. 315 с.

2. *Андреева Г.М.* Социальная психология. – М.: Аспект-Пресс, 2002.

3. *Калинин И.В.* Управленческая команда: подбор ближайшего окружения руководителем: Монография. - Ульяновск: ИПК ПРО, 2012.

4. *Тудвасева Ю.С.* Особенности командообразования в Российских компаниях // Студенческий научный журнал «Грани науки». 2014. Т.2. №1. С.15-18.

5. *Goffman E*. Assyluns: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates. Harmondsworth, 1961. P. 283.

6. *Крыштановская О.* Анатомия Российской элиты. – М.: Захаров, 2005. 384 с.

7. *Дюверже М.* Политические партии. М.: Академический проект, 2002.

8. *Синягин Ю.В.* Психологические закономерности формирования руководителем своего окружения в организации. – М. Ульяновск, 1996. 145 с.

9. *Калинин И.В.* Стратегия подбора кадров как стилевая характеристика управленческой деятельности руководителя. Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук, Ульяновск, 1995.

10. *Калинин И.В.* Подбор ближайшего окружения как единица анализа исторической личности в контексте психолого-акмеологической науки // Акмеология: личностное и профессиональное развитие: Материалы международной научной конференции 7-8 октября 2004 г. В РАГС г. Москва. М.: Издательский Дом «ЭКО», ООО «ПКЦ Альтекс», 2004. С. 2004. С. 73-76.

11. *Калинин И.В, Симановская М.А.* Модусные ориентации как основа подбора команд исполнительского типа // Образование: традиции и инновации: Материалы XI международной научно-практической конференции (28 апреля 2016 года). – Отв. редактор Уварина Н.В. – Прага, Чешская Республика: Изд-во WORLD PRESS s r.o., 2016. С. 115-122.

УДК 37.032

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕРЕЗ РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИНТЕРЕСА

SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT THROUGH THE DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL INTEREST

Елена Григорьевна Карпова *, Анна Вячеславовна Хорева**
Elena Grigorievna Karpova * Anna Vyacheslavovna Khoreva**

** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва*
** The Kosygin State University of Russia, Moscow*
(e-mail: pedagogikanet@yandex.ru)
***Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации Одинцовский филиал*
*** Moscow state Institute of international relations (University) of the Ministry of foreign Affairs of the Russian Federation Odintsovo branch*
(e-mail: khoreva_av@mail.ru)

Аннотация: в статье рассмотрены позиции развития профессионального интереса личности в соотношении с потребностями и ценностями социального и экономического пространства. Профессиональный интерес рассматривается как проявление мотивации с учетом внутренних и внешних факторов, что во многом предопределяет снижение управленческих расходов на мотивацию, тем самым повышая эффективность управления.

Abstract: the article considers the perspective of the development of professional interest of the individual in relation to the needs and values of social and economic space. Professional interest is regarded as a manifestation of motivation taking into account internal and external factors, which largely determines the decrease in administrative expenses on the motivation, thereby increasing management efficiency.

Ключевые слова: эффективность управления, профессиональный интерес, мотивация, социальная роль, социальное пространство.

Keywords: management effectiveness, professional interest, motivation, social role, social space.

Эффективность управления любыми социально-экономическими процессами современности - это прежде всего, рациональное и гармоничное сосуществование управляющей и управляемой подсистем в структуре организации практически любой сферы деятельности. Специфика их состоит в потребности сложном многоцелевого привлечения разнообразных ресурсов для планомерного функционирования всей системы в целом. Помимо специфических ресурсов для непосредственной деятельности (правовых информационных, технологических и пр.), трудовой ресурс, как правило, является неотъемлемым атрибутом управленческой деятельности. Его количественные и качественные характеристики постоянно находятся и должны быть в динамике, которая через прогрессивное развитие дает ощутимые конкурентные преимущества на рынке сферы интересов конкретного социального пространства. Каждая отдельная трудовая единица, ранее воспринимаемая как ресурс, в современной трактовке уже потенциал или талант, который при ориентированном менеджменте способна к непосредственной капитализации себя и смежных с ней ресурсов хозяйствующей единицы.

Биологические и социальные процессы человека, проявление его индивидуальных и личностных свойств поистине благо для возможности построения продуктивного окружающего пространства с общепринятыми достойными социальными ориентирами. Такой психофизиологический процесс, регламентирующий и задающий направленность его поведенческих особенностей в виде мотивов и предопределяют смысл всей деятельности, как в личном, так и общественном пространстве. Психологическая теория деятельности определяет мотив как опредмеченную потребность [4], тот ценный для социального пространства ресурс который необходимо учитывать для приобщения и капитализации в условиях действительно эффективного управления. Интерес, как частный фактор мотивации в организационно-управленческой деятельности формируется утверждением о том, что в его основе лежит потребность разделяется наибольшим числом исследователей (Е.П. Ильиным, А.А. Реаном, С.Л. Рубинштейном, А.К. Марковой, Г.И. Щукиной и др.) [2]. В свою очередь, потребность есть прямая характеристика мотивации, которая является основным компонентом структурной организации заданного социального пространства. Учитывая, разнообразие сфер применения управленческой деятельности, мотив зачастую трансформируется в сферу профессионального интереса, которая как раз и учитывает ту реальность, с которой имеет дело личность в его своеобразном и конкретном развитии [3].

Отражая последние тенденции психологии и педагогики современного состояния рассматриваемой проблематики в поле потребностно – мотивационного направления развития профессионального интереса, заслуживают особого внимания труды И.А. Зимней, А.А. Реана и ряда др. авторов [2], где профессиональный интерес, как позиция, выступает специфическим личностным образованием или характеристикой, определяющей выбор субъекта своего дальнейшего профессионального пути по интринсивному или экстринсивному фактору выражения своего поведения и общения. Иными словами, внутренняя и внешняя мотивация, выраженная в конкретизированных профессиональных интересах личности должна наблюдать прямую корреляционную зависимость между интересами самого социального пространства [1]. Таким образом консолидация и ориентация управленческих усилий в сторону развития внутренней составляющей, которая ведущими экспертами признается более ценностной является весьма оправданной [5]. При этом для сохранения "оптимума мотивации" или сохранения баланса всех заинтересованных сторон, коррекция отдельных значимых для личности внутренних интересов, способна ориентировать ее к приемлемому (удовлетворительному) психо-эмоциональному настрою и реакции на окружающую ее действительность настоящего социального пространства.

В исследованиях природы мотивов и профессиональных интересов личности и их динамики, интерес может трансформироваться в склонность, потребность или устойчивую потребность. В трудах современных исследователей под профессиональным интересом личности часто подразумевают приверженность, когда затрагивается сфера социального (экономи-

ческого) пространства [7]. При этом подразумевается, что приверженность есть отражение внутренних мотивов нежели внешних, т.е. тех интересов, которые являются глубоко личными или латентными. При этом следует учесть, что сами по себе показатели значения приверженности личности есть постепенное движение от удовлетворенности, лояльности к непосредственно вовлеченности. В экономическом значении такая вовлеченная личность создает на 12% больше прибыли, чем предыдущий уровень лояльности.

Поле профессионального интереса на стадии удовлетворенности представлено через положительное отношение личности к своей социальной роли, целевой группе своего присутствия, ресурсными возможностями. Тем не менее все же реализация своих внутренних мотивов по различным направлениям не сбалансирована, наблюдается явный перекос в пользу краткосрочных, быстро ликвидных целей и возможностей, ресурсы личностного развития прямолинейны, оперативны и зачастую тактически не содержательны. Такой работник, с т. зр. его экономической характеристики производственной деятельности малоэффективен, при единых управленческих затратах для всех уровней приверженности. В большинстве своем доволен вознаграждением за оплату труда и предоставленными для этого условиями, отдельными удобствами получаемыми в организации при проведении конкретных процедур. Удовлетворение от социального окружения не оказывает значительного влияния на решение прекратить сотрудничество в данном социальном пространстве при наличии более выгодного предложения со стороны рынка.

О лояльном отношении личности к своей социальной роли свидетельствует намерение продолжения сотрудничества с данной социальной группой или сообществом продолжительное время, хотя факторы инициирования, активности, актуализации профессиональных интересов остаются по прежнему на невысоком уровне, соизмеримом с предыдущим уровнем удовлетворенности. Тем не менее профессиональные интересы, как проявление внутренних мотивов весьма прозрачны и открыты для настоящего социального пространства, по причине доверия к руководству и коллегам, процессам и процедурам производственного и административного назначения. Эффективность управленческого воздействия оправдывается через открытую коммуникативную политику, минимизацию внедрения инноваций и перспективных разработок, постоянство и стандартизация реализации большинства управленческих решений и пр.

Самым желаемым уровнем приверженности безусловно является вовлеченность, когда личность радеет за свое социальное окружение и его ресурсную базу, ощущает свою сопричастность с действительными проблемами своего ближнего и дальнего окружения. В предпринимательской модели такое чувство выражено в осознании неразрывной связи профессиональных интересов личности и социального пространства, где каждая из сторон считает своим долгом обеспечить благо для второй. При этом все нужды и потребности рассматриваются в призме организационных интересов и растут соразмерно возможностям последней. Так, в экономическом разрезе продуктивность такого социального пространства с преобладающим числом вовлеченных участников, чьи профессиональные интересы сбалансированы и направлены выше на 8%, текучесть талантов ниже на 14%, общий уровень рентабельности превышает средние значения в соотношении с ближайшим конкурентным окружением [7]. Такое сотрудничество неизменным образом проявляет непосредственное значение и степень влияния сотрудника на организацию, неразрывность его личных профессиональных интересов с интересами социального пространства. Вовлеченность, это прежде всего физическое и психологическое (через проявление определенных эмоций) состояние, которое побуждает личность выполнять заданные с наибольшей результативностью и продуктивностью. При этом следует оговорить, что психологическая составляющая все же является доминирующей, ориентирующей личность на заданные параметры конкретной социальной роли в соотношении с возможностями мобильности физиологических параметров. Несомненно, что баланс

их конгруэнтности улучшает показатели общего интеллектуального состояния вовлеченной личности.

Привлечение опыта социальной психологии в части исследования вовлеченности участников управляемой подсистемы в организационно-управленческой деятельности находит все большее признание в большинстве современных научающихся организациях и/или интеллектуального потенциала для различных диагностик профессионального интереса ее ключевых игроков [6].

Управляющая система менеджмента выстраивает кадровую политику в актуальные направления современного администрирования: HR - брендинг, лидерство и командообразование, деловая коммуникация и др., т.е. те направления управленческого воздействия, где личность проявляет, развивает, расширяет и укрепляет дорожную карту своих профессиональных интересов. При этом реализация их позволяет усиливать и лоббировать тот значимый перечень который важен для настоящего социального пространства, тем самым еще более вовлекая личность в процесс построения совместной реальности и будущего.

В заключение статьи следует отметить, что неоднократно проведенные исследования [7] и собственный опыт профессиональной деятельности демонстрируют, что вовлеченность наблюдает прочную связь с результатами предпринимательской деятельности (их положительную динамику) вне зависимости от ее объемов по таким показателям как: совокупный доход акционеров, производительность труда, текучесть кадров и удовлетворенность потребителей, мотивация сотрудников, коммуникативное взаимодействие и пр.

Наиболее явными положительными последствиями работы по работе над учетом профессиональных интересов личности и построения общей системы приверженности могут являться повышение количества активности и инициативности, гармония сосуществования в текущем психологическом климате, удовлетворенность репутационными характеристиками и пр.

Таким образом, принимая возможности восприятия личностного ресурса в пользу таланта, поддержка профессионального интереса к своей социальной роли на экономическом, социальном и политическом уровне быть конкурентоспособной хозяйствующей единицей.

Список литературы

1. *Бакшаева Н., Вербицкий А.* Психология мотивации студентов. Litres, 2016. 180 с.

2. *Бордовская Н.В., Реан А.А.* Педагогика. Учебное пособие. Издательский дом Питер"", 2014. 304 с.

3. *Кулибеков Н.А., Джалалов Р.К., Келбиханов Р.К.* Мотивация как ведущая детерминанта профессионального самоопределения личности // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. ООО Омега сайенс. Уфа. 2016. №. 9. С. 21-24.

4. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. М., Смысл, Академия, 2005. 352с.

5. *Лобанова Т.Н.* Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Учебник и практикум для академического бакалавриата //Управление персоналом. 2015. Т. 38. С. 03.

6. *Саганенко Г.И., Степанцова А.А., Степанова Е.И.* Профессиональные предпочтения молодежи как показатель общественных перемен //Высшее образование в России. 2015. №. 2.

7. *Чуланова О.Л., Припасаева О.И.* Вовлеченность персонала организации: основные подходы, базовые принципы, практика использования в работе с персоналом //Интернет-журнал Науковедение. 2016. Т. 8. №. 2.

УДК 37.032

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ

SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF INCREASE OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT IN THE SPHERE OF TRAINING OF SPECIALISTS OF INDUSTRY AND TRADE

Елена Григорьевна Карпова, Юрий Сергеевич Шапошников
Elena Grigorievna Karpova, Uriy Sergeevich Shaposhnikov

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: pedagogikanet@yandex.ru; 306jura@gmail.com)

Аннотация: в статье исследуются проблемы использования электронного образования в России с точки зрения социально-экономических аспектов управления; подготовки будущих специалистов. Рассмотрены ключевые понятия электронного образования, основные задачи и особенности методики электронного образования. Даётся оценка перспектив использования электронного образования в современном учебном процессе.

Abstract: the article examines the problems of application of electronic education in Russia in terms of socio-economic aspects of management; training of future specialists. Examines the key concepts of e-learning, the main objectives and features of electronic methods of education. Assesses the prospects for the use of e-learning in modern educational process.

Ключевые слова: управление, социально-экономические аспекты, электронное образование.

Keywords: management, socio-economic aspects, e-learning.

Для успешного развития образования и становления гражданского общества в современной России необходимо:

– привести систему образования в соответствие новым внешним и внутренним условиям ее функционирования, новым потребностям общества;

– рассматривать образовательный комплекс в широком социальном и экономическом контексте, а саму реформу образования – как неотъемлемую часть общей экономической, правовой и социальной реформы, направленной на либерализацию общества;

– сформировать механизмы реализации конституционных прав граждан на образование, отвечающие условиям рыночной экономики и сокращения распределительных функций государства;

– изменить отношение к образованию как непроизводственной сфере и рассматривать его как одну из важнейших составных частей духовной жизни общества, которое всегда будет оказывать самое активное воздействие на развитие экономики и культуры, играть огромную роль в становлении гражданского общества;

– создать такую целостную систему непрерывного образования, которая охватывала бы все этапы развития человека, способствовала бы постоянному обновлению профессиональных знаний, повышению культурного уровня, быстрому освоению научно-технических достижений и реализации новаторских идей.

Актуальность дистанционного обучения заключается в том, что намечается переход от традиционного фундаментального очного образования к более гибким и лучше отвечающим современным реалиям жизни дистанционным технологиям в обучении, что является предме-

том изучения социологии маркетинга. Значительно более важным фактором является экспоненциальный рост потребностей в обучении, диссонирующий с остающимися почти неизменными на протяжении шести веков методами обучения. Дистанционная форма обучения дает сегодня возможность создания систем массового непрерывного самообучения, всеобщего обмена информацией, независимо от наличия временных и пространственных поясов. Цель исследования изучить маркетинговые механизмы управления развитием системы дистанционного образования.

Приоритетами профессионального образования в России в XXI в. – веке глобальной информатизации должны быть – развитие дистанционного и интернет-образования, создание сети центров дистанционного обучения; – поддержка вхождения подрастающего поколения нашей страны в открытое информационное сообщество; – развитие экологического образования; – формирование планетарного мышления.

Система дистанционного образования – это наиболее прогрессивная технология заочного обучения с использованием современных технических средств связи, передачи информации и новейших методик обучения. Она позволит реализовать свободный выбор учащимися образовательных учреждений, восстановить единое образовательное пространство страны на качественно более высоком уровне («О задачах и направлениях реформирования образования России» (аналитическая записка Министерства образования Российской Федерации)).

Проблема развития дистанционного образования чрезвычайно актуальна на данном этапе в России, поскольку появляются новые специальности, новые области знаний, что требует ускоренной подготовки кадров, постоянного повышения квалификации. Решить проблему подготовки и переподготовки кадров возможно при помощи современных технологий дистанционного обучения, которые способны не только представить доступ к знаниям, накопленным в разных частях света, но и обеспечить диалог как между обучаемыми, так и между обучаемыми и источниками знаний, что требует ускоренной подготовки кадров, постоянного повышения квалификации.

Решить проблему подготовки и переподготовки кадров возможно при помощи современных технологий дистанционного обучения, которые способны не только представить доступ к знаниям, накопленным в разных частях света, но и обеспечить диалог как между обучаемыми, так и между обучаемыми и источниками знаний. Такая система дает возможность получать как базовое, так и дополнительное образование параллельно с основной деятельностью; позволяет проходить обучение по месту жительства и, таким образом, решает социальные проблемы, связанные с диспропорцией в размещении высших и средних учебных заведений на территории России.

В настоящее время и в обозримом будущем России предстоит решить проблему интернет-грамотности населения. Доступ к сети Интернет дает возможность учебным заведениям использовать ее информационные ресурсы в учебных целях. В перспективе Интернет может стать новым способом организации учебного процесса, средством общения со специалистами любой страны, что позволит углубить базовые и приобрести новые знания в современных рыночных условиях. Телекоммуникационные средства также дают невиданную возможность интеграции учебной, исследовательской и производственной деятельности, которая открывает новые горизонты для развития системы образования.

При реализации образовательных программ с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в организациях должны быть созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающей освоение обучающимися

образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся [1].

При реализации образовательных программ или их частей с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий:

- организации оказывают учебно-методическую помощь обучающимся, в том числе в форме индивидуальных консультаций, оказываемых дистанционно с использованием информационных и телекоммуникационных технологий;

- организации самостоятельно определяют объем аудиторной нагрузки и соотношение объема занятий, проводимых путем непосредственного взаимодействия педагогического работника с обучающимся, и учебных занятий с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

- допускается отсутствие аудиторных занятий;

- местом осуществления образовательной деятельности является место нахождения организации или ее филиала независимо от места нахождения обучающихся [2].

- организации обеспечивают соответствующий применяемым технологиям уровень подготовки педагогических, научных, учебно-вспомогательных, административно-хозяйственных работников организации по дополнительным профессиональным программам.

При реализации образовательных программ с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий организации ведут учет и осуществляют хранение результатов образовательного процесса и внутренний документооборот на бумажном носителе и/или в электронно-цифровой форме в соответствии с требованиями Закона Российской Федерации от 21 июля 1993 г. N 5485-1 "О государственной тайне" [3], Федерального закона от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных" [4], Федерального закона от 6 апреля 2011г. N 63-ФЗ "Об электронной подписи" [5].

В свою же очередь приказ Минобрнауки России от 20 января 2014 г. № 22 «Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий» утверждает перечень профессий среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, и перечень специальностей среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий [6].

Подводя итоги исследования в данной статье, отмечаем следующее:

Дистанционное обучение – это социально-ориентированная технология обучения, обеспечивающая конституционное право и социальные гарантии всех граждан России в области образования, реально позволяющая получать высшее образование представителям всех социальных слоев населения, прежде всего - жителям отдаленных районов.

Дистанционное обучение - это технология индивидуальной подготовки учащихся, обеспечивающая полный контроль учащегося, индивидуальное планирование учебного процесса и тестирования на расстоянии из единого центра дистанционного обучения.

Дистанционное обучение отвечает требованиям современной жизни, особенно, если учесть не только транспортные расходы, но и расходы на организацию всей системы очного обучения. Отсюда все повышающийся интерес к дистанционному обучению не только высшему, но к самым различным его формам, необходимым на протяжении всей жизни человека. Дистанционное обучение обеспечивает необходимые ресурсы для одновременного получения слушателями параллельного обучения.

Возрастающий интерес социологии маркетинга к технологиям дистанционного образования объясняется, скорее всего, техническими и технологическими достижениями в области передачи и переработки информации.

Список литературы

1. Часть 3 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, N 53, ст. 7598; 2013, N 19, ст. 2326, N 23, ст. 2878, N 30, ст. 4036, N48, ст. 6165.).

2. Часть 4 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, N 53, ст. 7598; 2013, N 19, ст. 2326, N 23, ст. 2878, N 30, ст. 4036, N 48, ст. 6165.).

3. Собрание законодательства Российской Федерации, 1997, N 41, стр. 8220-8235, ст. 4673; 2003, N 27, ст. 2700, N 46, ст. 4449; 2004, N 27, ст. 2711, N 35, ст. 3607; 2007, N 49, ст. 6055, ст. 6079; 2009, N 29, ст. 3617; 2010, N 47, ст. 6033; 2011, N 30, ст. 4590, ст. 4596, N 46, ст. 6407.

4. Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3451; 2009, N 48, ст. 5716, N 52, ст. 6439; 2010, N 27, ст. 3407, N 31, ст. 4173, ст. 4196, N 49, ст. 6409; 2011, N 23, ст. 3263; N 31, ст. 4701; 2013, N 14, ст. 1651, N30, ст. 4038.

5. Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, N 15, ст. 2036, N 27, ст. 3880; 2012, N 29, ст. 3988; 2013, N 14, ст. 1668, N 27, ст. 3463, ст. 3477.

6. Приказ Минобрнауки России от 20.01.2014 N 22 "Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий" (Зарегистрировано в Минюсте России 21.02.2014 N 31377).

УДК 658.115

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕРЕЗ РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА

SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF INCREASE OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT THROUGH THE DEVELOPMENT OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS

Елена Григорьевна Карпова *, Анна Николаевна Кугушева**
Elena Grigorievna Karpova *, Anna Nikolaevna Kugusheva**

** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва*
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: pedagogikanet@yandex.ru)
*** FGBOUVPO "Russian State University of Tourism and Service".*
(e-mail: Kugusheva.AN@bk.ru)

Аннотация: в статье исследуется государственно-частное партнерство как механизм, позволяющий органам государственной власти и представителям бизнес-сообщества выйти на новый этап развития взаимоотношений, повысить эффективность управления, принципы которого сложны, а социально-экономические аспекты многообразны.

Abstract: this article examines public-private partnerships as a mechanism allowing the public authorities and representatives of the business community to reach a new stage of development of

relations, increase management efficiency, the principles of which are complex and socio-economic aspects of a diverse.

Ключевые слова: государственно-частное партнёрство, механизм, эффективность управления. Социально-экономические аспекты.

Keywords: public-private partnership, mechanism, management efficiency, socio-economic aspects.

На сегодняшний момент можно утверждать, что развитие государственно-частного партнерства (ГЧП) как явление экономической и социальной жизни в России существует и успешно развивается. Термин «государственно-частное партнерство» широко используется, он встречается в публичных заявлениях представителей государственной власти, сети Интернет и т.д.

В настоящее время в качестве приоритетных сфер развития государственно-частного партнерства в России принято рассматривать:

– развитие производственной и транспортной инфраструктуры;

– жилищно-коммунальное хозяйство;

– здравоохранение и социальные услуги;

– финансирование научных исследований;

– развитие инновационной инфраструктуры [1].

Одной из основных задач государства на данном этапе развития государственно-частного партнерства являются социально-экономические аспекты повышения эффективности управления, повышение привлекательности всех механизмов государственно-частного партнерства, попытка сделать их максимально доступными для бизнеса, сформировать основные составляющие и усовершенствовать нормативную правовую базу для развития столь перспективного и нужного направления.

В целом ГЧП рассматривается как взаимовыгодное сотрудничество (отношения) государства и частного бизнеса в реализации социально значимых проектов, но реализуется такое сотрудничество в самых различных формах.

Суть государственно-частного партнерства в инновационной экономике состоит в согласовании интересов государства и бизнеса, а также в координации их действий при доведении научных результатов до инноваций. В целом можно говорить о государственно-частно-общественном партнерстве в образовательной сфере, которое направлено на максимально эффективное использование ресурсов государственного и частного сектора и усилий общественности для реализации инновационных проектов в социальной инфраструктуре, а значит, способствовать социально-экономическим аспектам повышения эффективности управления.

Мотивационным основанием для участия в партнерстве частного сектора экономики, как правило, является возможность получения более высокой прибыли и новыми перспективы для развития инновационного бизнеса. При этом частные компании могут также присоединиться к партнерству с более специфической мотивацией, например, для обеспечения доступа к дополнительному государственному финансированию, результатам исследований и разработок государственного сектора и его инфраструктуре.

Представители государственного и частного секторов экономики могут выступать в качестве партнеров на всех этапах инновационного процесса, в том числе на этапе принятия решения о проведении исследований, подготовки документации для участия в конкурсе, финансирования исследований и разработок, проведения исследований, управления проектом и коммерциализации его результатов.

Однако в настоящее время государственный сектор, представленный государственными исследовательскими организациями, как правило, проявляет большую активность на

этапе выполнения исследований и разработок, а частный — на этапах управления проектом [2].

Динамика трансформаций государственно-политического устройства и социально-экономической жизни России, произошедших в последние годы, обусловили необходимость продолжения трансформационных процессов и в системе образования. Одним из методов реализации модернизации системы управления общим образованием является развитие и применение новых эффективных форм государственно-частного партнерства, таких как целевой капитал, аутсорсинг, привлечение управляющих компаний [3].

Система образования должна развиваться в соответствии с принципами, заложенными в основу инновационной экономики, то есть: создание наукоемкой продукции; применение современных технологий, повышение конкурентоспособности человека, базирующейся на целостности личности: нравственных принципах, наличии знаний и умении эти знания применять, способности человека учиться и развиваться.

Таким образом, целевым вектором совершающихся в современных условиях реформ образования является создание условий для максимального сокращения разрыва между системой образования и потребностями экономики. В условиях кризисных явлений в нашей стране остро стоит задача воспитания конкурентоспособного человека, что невозможно без современной системы образования в стране.

Достижение этой цели возможно на основе комплексного внедрения инновационных организационно-экономических механизмов управления деятельностью образовательных учреждений, как это определено в ФЗ «О государственно-частном партнёрстве» «Основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года», Федеральной целевой программе развития образования на 2011 – 2015 годы, Национальном проекте «Образование» и региональных комплексных проектах модернизации образования в субъектах Российской Федерации[4].

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 г., утвержденной распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р, развитие институтов государственно-частного партнерства определяется в качестве стратегического направления [5].

В этой связи внедрение системы государственно-частного партнерства в социальную инфраструктуру, к примеру, в сферу образования, является важным условием достижения целевых ориентиров социально-экономического развития Российской Федерации, в том числе повышение эффективности управления.

Для повышения эффективности и качества работы систем образования необходимо качественное повышение уровня управления за счет реализации государственно-частного партнерства. Для системы образования оказываются применимыми все механизмы государственно-частного партнерства – как на контрактной основе, так и с использованием институциональных механизмов.

Таким образом, государственно-частно-общественное партнерство не рассматривается как самоцель, а служит средством решения таких актуальных задач современного образования, как повышение эффективности использования имеющихся в системе образования ресурсов через квалифицированную систему управления с целью повышения возможностей получения качественного образования обучающихся с различными (в том числе специальными) образовательными потребностями; объединение (комбинирование) и привлечение ресурсов для повышения качества образовательных программ. Создание условий для обучающихся, осуществления возможности непрерывного сетевого образования [6].

В заключение статьи следует отметить следующее:

1. Существуют различные определения государственно-общественного партнерства, и дать единое представляется проблематичным. Характер партнерства бизнеса и власти зависит от множества факторов, таких, как степень развития рыночных отношений,

национальные особенности, отраслевая специфика и др. В качестве основных признаков ГЧП необходимо выделить следующие:

- участниками партнерства являются как государственные, так и частные организации;

- взаимоотношения сторон носят партнерский равноправный характер;

- партнеры имеют общие цели, для достижения которых они объединяют свои ресурсы;

- отношения сторон партнерства зафиксированы в официальных документах (контрактах, договорах).

2. Развитие инновационной экономики требует применения различных форм государственно-частно-общественного партнерства, а иногда и их перекрестное совмещение для достижения большего эффекта при получении результата, которым является в системе образования предоставление образовательной услуги высокого качества.

3. При реализации государственно-частное партнерство могут использоваться различные формы и механизмы: формы, ориентированные на выполнение функций управления (концессия, аутсорсинг, передача функций управления общеобразовательными учреждениями управляющим компаниям), формы партнерства ориентированные на участие общественности (попечительские советы, управляющие советы), ориентированные на реализацию программ и проектов (создание коммерческой организации, заключение договора простого товарищества, создание некоммерческой организации, соглашения о сотрудничестве/протокол о намерениях и т.д.;

4. Анализ правового обеспечение государственно-частное партнерство в образовании показал, что в России все вопросы, возникающие в сфере государственно-частное партнерство в образовании. Общие вопросы партнерства в России регулируются гражданским законодательством, нормами бюджетного, налогового и иных отраслей права. Принят ФЗ, регулирующий на федеральном уровне вопросы, возникающие в сфере государственно-частное партнерство;

5. Опыт реализации форм государственно-частное партнерство в образовании показал, что из всего многообразия форм и механизмов реализации ГЧП в сфере образования, реализуется их незначительная часть (управляющие советы, рабочие группы и партнерство в форме соглашения о сотрудничестве либо подписание протокола о намерениях по осуществлению совместных действий (без наступления гражданско-правовых обязательств)).

6. Определены основные проблемы организации государственно-частное партнерство:

- несовершенство законодательной базы;

- недостаточность финансовой заинтересованности коммерческих организаций;

- высокий риск для реализации проектов представляет неустойчивое ежегодное бюджетное финансирование, что сокращает возможности устойчивого планирования расходов по проектам для бизнес-структур и снижает их заинтересованность вкладывать финансовые средства в долгосрочные проекты;

- нехватка высококвалифицированных специалистов в области создания и управления проектами в рамках государственно-частно-общественного партнерства в образовании;

7. Исследование зарубежного опыта партнерства в сфере образования, показало, что в развитых экономических странах взаимодействие государства и бизнеса в рамках государственно-частно-общественного партнерства вошло в активную фазу в 80-х годах прошлого столетия. Ежегодно в мировую экономику на основе ГЧП партнерства привлекается более 80 млрд. долларов.

8. Целевым вектором совершающихся в современных условиях реформ образования является создание условий для максимального сокращения разрыва между системой образования и потребностями экономик. В условиях развития инноваций, усиления

конкуренции актуализируется задача формирования адекватного современным требованиям человека, что требует изменений в системе образования, изменения организационно-административных механизмов, привлечения всех заинтересованных сторон и, в частности, развития государственно-частное партнерство в образовании;

9. При изучении необходимости формирования и использования эффективных форм ГЧП в управлении образованием было установлено, что коренные изменения в государственно-политическом устройстве и социально-экономической жизни России, произошедшие в последние годы, обусловили необходимость продолжения трансформационных процессов образования. Одним из методов реализации модернизации системы управления общим образованием является развитие и применение новых эффективных форм государственно-частное партнерство, таких как целевой капитал, аутсорсинг, привлечение управляющих компаний;

10. Современные проекты государственно-частное партнерство не могут состояться без серьезной ресурсной поддержки, направленной на развитие разнообразных видов образовательной деятельности.

11. Представителям государственной власти необходимо сделать акцент на развитии инфраструктуры в каждом регионе, городе, в каждом населенном пункте. Регионы должны научиться самостоятельно искать инвесторов, разрабатывать программы развития и совершенствования существующих систем привлечения капитала.

Список литературы

1. Государственно-частное партнерство. Пути совершенствования законодательной базы//Под общей редакцией А.А. Зверева. М: Комитет Государственной Думы по экономической политике и предпринимательству Федерального Собрания Российской Федерации, 2011. – 244 с.

2. Государственно-частное партнерство в образовании: [сборник] / Научные редакторы О. П. Молчанова, А. Я. Лившин. М. : КДУ, 2009. 242 с. : табл., ил.

3. Государственно-частное партнерство. Теория и практика. Учебное пособие/ В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев М.: 2011 Режим доступа URL: http://lib.rus.ec/b/376816/read (дата обращения 15.04.2017).

4. Федеральный закон от 13 июля 2015 г. N 224-ФЗ "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями) // Информационно-правовая система Гарант //Режим доступа http://base.garant.ru/71129190/ дата обращения (21.04.2017)

5. Распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р о Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 г. Информационно-правовая система Гарант //Режим доступа http://base.garant.ru/71129190/ дата обращения (24.04.2017)

6. *Гладченко А.Н.* Принцип Парето: еще один способ оптимизации// Журнал "BizTimes". 2008. №6. С 28-30.

УДК 658.115

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ПРИВАТИЗАЦИИ
SOCIO-ECONOMIC THE MECHANISM OF INCREASE OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT IN THE SPHERE OF PRIVATIZATION

Елена Григорьевна Карпова *, Игорь Юрьевич Бабушкин**
Elena Grigorievna Karpova * Igor Urievich Babushkin**

** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва*
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: pedagogikanet@yandex.ru)
*** АНО ВО Институт менеджмента, экономики и инноваций Россия, Москва*
*** ANO the Institute of management, Economics and innovation Russia, Moscow*
(e-mail: pedagogikanet@yandex.ru)

Аннотация: в статье детально изучается структуры, содержания и механизмов управления федеральным и муниципальным имуществом на примере Росимущества, проблем стабилизации и направлений совершенствования механизмов и инструментов управления

Abstract: the article examines the structure, content and administration of Federal and municipal property on the example of the Agency problems of stabilization and areas of improvement of mechanisms and management tools

Ключевые слова: Росимущество, управление федеральным имуществом России, Федеральное агентство по управлению государственным имуществом, механизмы и инструменты управления

Keywords: Rosimushchestvo, the Federal property management of Russia, Federal Agency for state property management, mechanisms and management tools

На сегодняшний день для Федерального агентства по управлению государственным имуществом приоритетной является задача дальнейшей модернизации и совершенствования механизмов управления федеральным имуществом в соответствие с современными требованиями экономического развития страны.

Детальное изучение структуры, содержания и механизмов управления федеральным и муниципальным имуществом на примере Росимущества, проблем стабилизации и направлений совершенствования механизмов и инструментов управления, требует активной и содержательной научной проработки.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в возможности применения системного и комплексного подходов к разработке и решению проблем исследования путей и средств совершенствования механизмов государственного стратегического планирования и управления на современном этапе и применения разработанных механизмов и инструментов к управлению федеральным и муниципальным имуществом в РФ.

16 февраля 2013 г. распоряжением №191-р Правительства Российской Федерации была утверждена новая Программа управления государственным имуществом на период 2013-2018 годов взамен устаревшей Программы 1999 года.

Новая Программа ставит перед Росимуществом и другими органами исполнительной власти конкретные цели, достижение которых должно обеспечить полную управляемость процессом учета и сохранности государственного имущества, сокращения доли государства или полного выхода из участия в предприятиях нестратегического назначения, повышения

эффективности распоряжения государственными активами на основе внедрения современных технологий корпоративного управления.

С 2013 году и в последующие годы Росимуществу предстоит выполнить ряд масштабных задач. Это, прежде всего: реализация государственных пакетов акций 30-ти крупнейших предприятий страны; внедрение системы автоматизированного учета федерального имущества с целью установления полного контроля за процессом управления объектами движимого и недвижимого имущества; совершенствование механизма предпродажной подготовки, приватизируемого имущества, и постприватизационного сопровождения реализованных активов; формирование и развитие целостной системы мотивации и ответственности всех участников процесса управления федеральным имуществом через повышение квалификационных требований и внедрения ключевых показателей эффективности подразделений и каждого сотрудника.

Для анализа современного состояния управления государственным имуществом на примере Росимущества использовались материалы официального сайта Росимущества, Минэкономразвития,

1. Федеральное агентство по управлению государственным имуществом (Росимущество) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по управлению федеральным имуществом, функции по организации продажи приватизируемого федерального имущества, реализации имущества, арестованного во исполнение судебных решений или актов органов, которым предоставлено право принимать решения об обращении взыскания на имущество, функции по реализации конфискованного, движимого бесхозяйного, изъятого и иного имущества, обращенного в собственность государства в соответствии с законодательством Российской Федерации, функции по оказанию государственных услуг и правоприменительные функции в сфере имущественных и земельных отношений [1].

Федеральное агентство по управлению государственным имуществом является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции в области приватизации и полномочия собственника, в том числе права акционера, в сфере управления имуществом Российской Федерации (за исключением случаев, когда указанные полномочия в соответствии с законодательством Российской Федерации осуществляют иные федеральные органы исполнительной власти), и уполномоченным федеральным органом исполнительной власти в случаях, предусмотренных пунктом 3 статьи 77 Федерального закона "Об акционерных обществах".

Федеральное агентство по управлению государственным имуществом является федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным на подготовку заключений по отчетам оценщиков в случаях, предусмотренных Федеральным законом "О несостоятельности (банкротстве)", а также осуществляет полномочия собственника имущества должника - федерального государственного унитарного предприятия при проведении процедур банкротства. (в ред. Постановления Правительства РФ от 30.04.2009 N 385)[2].

2. Федеральное агентство по управлению государственным имуществом находится в ведении Министерства экономического развития Российской Федерации[3].

3. Федеральное агентство по управлению государственным имуществом руководствуется в своей деятельности Конституцией Российской Федерации, федеральными конституционными законами, федеральными законами, актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, актами Министерства экономического развития Российской Федерации, а также своим Положением[3].

4. Федеральное агентство по управлению государственным имуществом осуществляет свою деятельность непосредственно и через свои территориальные органы и подведомственные организации во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной

власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями [1].

В течение последних лет созданы необходимые условия для достижения целей и задач в области совершенствования механизмов управления федеральным имуществом[4], включая:

- нормативное закрепление моделей управления федеральным имуществом, предусматривающих принятие управленческих решений на основании принципов открытости и согласованности решений, для компаний с государственным участием;

- создание условий для внедрения эффективных моделей корпоративного управления в компаниях с государственным участием путем привлечения независимых директоров, внедрения программ стратегического планирования деятельности, современных методов управления и представления соответствующих отчетов, в том числе с использованием информационно-телекоммуникационных сетей;

- законодательное расширение правовых оснований для реструктуризации федеральных государственных унитарных предприятий и их преобразования в открытые акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью, а также автономные некоммерческие организации;

- создание правовых условий для оптимизации механизмов управления федеральными бюджетными учреждениями, включая возможность изменения типа на автономные и казенные учреждения;

- законодательное определение условий вовлечения в коммерческий оборот объектов недвижимого имущества, включая обязательность независимой оценки, проведения торгов и размещения информации на едином специализированном информационном ресурсе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», за исключением прямо предусмотренных случаев;

- законодательное определение порядка передачи для использования по целевому назначению находящегося в государственной собственности имущества религиозного назначения, а также условий вовлечения в оборот объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации;

- повышение ответственности в части информационной открытости приватизации, в том числе путем введения обязательных требований об опубликовании сведений не только в печатных изданиях, но и в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», расширения перечня таких сведений, а также введения обязанности по раскрытию информации подлежащими приватизации организациями;

- совершенствование механизмов государственного контроля за ходом приватизации путем перехода к разработке и утверждению прогнозных планов (программ) приватизации федерального имущества на трехлетний период, а также организации проведения независимой оценки объекта для определения начальной цены как обязательного этапа приватизации;

- развитие инструментов приватизации путем создания возможности проведения продажи имущества в электронной форме, а также новых правил продажи посредством публичного предложения, проводимой в случае признания аукциона несостоявшимся;

- формирование новых методов продажи, позволяющих проводить отдельные сделки по продаже акций ведущих компаний с государственным участием, в том числе с привлечением инвестиционных консультантов на основании решений Правительства Российской Федерации в целях создания условий для привлечения инвестиций, стимулирования развития фондового рынка, модернизации и технологического развития экономики.

Созданная нормативно-правовая база позволила решить большинство первоочередных задач, определенных в Концепции № 1024. Вместе с тем требуется продолжить работу по преодолению ряда системных проблем:

- избыточности федерального имущества с точки зрения исполнения государственных

функций;

- двойственности и противоречивости положения государства как регулятора и акционера крупных компаний с государственным участием;

- нарушения принципов справедливой конкуренции в секторах со значительным участием государства;

- избыточной активности крупных компаний с государственным участием по приобретению активов в конкурентных отраслях, в том числе наращивания непрофильных активов, вступающего в противоречие с инвестиционными программами (программами развития);

- отсутствия однозначно определенных целей управления федеральным имуществом и полноты учета объектов федерального имущества;

- недостаточной эффективности управления федеральным имуществом, приводящей к неудовлетворительным результатам финансово-хозяйственной деятельности организаций или потере контроля над объектами управления;

- недостаточного уровня корпоративного управления компаний с государственным участием, включая низкий уровень защиты прав миноритарных акционеров и недостаточный объем прав по доступу к информации;

- недостаточной мотивации и ответственности всех участников процесса управления федеральным имуществом, в том числе лиц, избранных в органы управления компаний с государственным участием;

- избирательности контроля эффективности использования федерального имущества и хода реализации декларируемых целей и задач;

низкой технической обеспеченности взаимодействия участников управления, приводящей к ограничению доступности государственных услуг в сфере управления федеральным имуществом, а также открытости информации о целях, задачах и результатах управления федеральным имуществом.

Резюмируя сказанное выше, отмечаем следующее.

1. Последовательная, планомерная и системная реализация механизмов управления федеральным и муниципальным имуществом является необходимым условием для обеспечения роста и проведения структурных изменений экономики Российской Федерации.

2.Определение и формирование оптимальной структуры федерального имущества позволит не только снизить бремя расходов на содержание объектов управления, не задействованных для реализации функций и стратегических приоритетов государства, но и расширить материальную базу коммерческого сектора экономики.

3. Дополнительным эффектом реструктуризации федерального имущества должно стать высвобождение трудовых ресурсов, задействованных в настоящее время в государственном секторе, что в условиях ограниченности рынка труда является еще одним важным фактором успешного развитияхъ [5].

4. Планируемые изменения позволят повысить мобильность экономики Российской Федерации в условиях усиления глобальной конкуренции и ускорить переход к инновационному социально ориентированному развитию, качественному улучшению инвестиционного климата, снижению избыточных административных и иных ограничений, укреплению позиций российских компаний на мировых высокотехнологических рынках.

Список литературы

1. Положение о Федеральном агентстве по управлению государственным имуществом(в ред. постановлений Правительства РФ от 07.11.2008 n 814, от 29.12.2008 n 1053, от 27.01.2009 n 43, от 30.04.2009 n 385, от 15.06.2010 n 438, от 15.07.2010 n 531, от 24.03.2011 n 210, от 29.03.2011 n 223)

2. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития России)http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/static/activity/sections/strategicPlanning/ дата обращения 19.04.2017 г.

3. Официальный сайт Росимущества http://rosim.ru/addons/report2017 дата обращения 19.04.2017 г.

4. Федеральные законы от 21 декабря 2001 г. № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества», от 11 июля 2011 г. № 201-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О приватизации государственного и муниципального имущества», от 18 июля 2011 г. № 220-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

5. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (вместе с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года») // Собрание законодательства РФ. – 24.11.2008. – № 47. – Ст. 5489.

УДК 159.9

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СФЕРЕ МОДЫ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
FASHION CONSUMPTION: PSYCHOLOGICAL ASPECTS

Артем Андреевич Костригин
Artem Andreevich Kostrigin

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: artdzen@gmail.com)

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; восприятие модной 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; perception of fashion; 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 (в широком понимании этого слова). С одной стороны, изучаются особенности предпочтений людей в сфере дизайна, одежды (если понимать психологию моды в узком смысле), с другой – большой интерес проявляется к исследованию

предпочтений в широком спектре сфер жизнедеятельности человека (мода на музыку, книги, интеллектуальные течения – если понимать эту область в широком смысле).

Область проблематики психологии моды находится на стыке многих дисциплин: социальная психология, психология восприятия, психология масс, психология личности, экономическая психология, социология, экономическая социология и пр. Это обусловливает сложность предмета исследования, его «размытие», но, вместе с тем, и открывает новые возможности для междисциплинарных исследований.

Российские исследования сосредоточены, прежде всего, на следующих проблемах: психология выбора в моде [6], связь личностных характеристик и стиля одежды [4], разработка психологических теорий формирования одежды и моды [1; 5], социально-психологические характеристики моды (восприятие, имидж, самопрезентация) [2; 3; 9], культурные особенности [8].

В данной статье автор ставит задачу провести теоретический обзор англоязычной научной литературы по проблемам психологии потребительского поведения в сфере моды [7].

Поведение потребителей модной одежды изучается по нескольким направлениям: 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; восприятие модной одежды; разработка моделей принятия решения потребителем при выборе одежды. Рассмотрим подробнее эти направления и опишем конкретные исследования.

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, Ф. Чегини и др. на материале Иранской выборки показывают, что существует положительная корреляция между культурными ценностями и предпочтениями бренда у покупателей [12, с. 199]. По их мнению, примерно 40% предпочтений зависят от ценностей, и что наибольший вклад в выбор бренда вносит «ощущение успеха».

И.Х. Чой и Х.Дж. Чу, исследуя взаимосвязь поведения продавца в магазине и установку к бренду одежды (на китайской выборке), выявили, что на удовлетворение от общения с продавцом влияет наличие функциональной (продавец дает совет, экономит время, предлагает лучший товар) и социальной (дружелюбное общение продавца, индивидуальный подход) пользы, которую покупатель получает от продавца [11, с. 104]. В свою очередь, удовлетворение от взаимодействия с продавцом зависит отношение к тому или иному бренду (восприятие, довольство, польза, подходящая цена).

А. Лертваннавит и Р. Мандхачитара изучали взаимосвязь следующих феноменов, влияющих на желание приобретения человеком дорогой (престижной) брендовой одежды (status consumption): самоконтроль (как приспособление и соответствие социальному окружению), подверженность межличностному влиянию (как конформизм), модное сознание (быть информированным в сфере моды, чтобы подчеркивать свой социальный статус) и вещизм [14]. Ими показано на выборке мужчин из Тайланда, что наиболее значимым фактором, обусловливающим желание мужчин покупать дорогую одежду, является вещизм. Высокие положительные корреляции, наряду с вещизмом, получены в отношении модного сознания и подверженности межличностному влиянию. Однако если какой-то из этих феномен проявляется в одиночку, то не происходит потребления дорогих товаров.

Р.Е. Голдсмит и Р.А. Кларк выделяют два типа потребителей моды: лидеры моды (fashion opinion leader) и люди, зависящие от мнения окружающих в выборе одежды (fashion opinion seeker) [13]. Выявлена отрицательная корреляция между потребностью потребителя в уникальности и зависимостью от мнения окружающих в выборе одежды; потребительство

дорогих вещей характерно для обоих типов личности, как для лидеров моды, так и для ищущих новых модных идей; для обоих стилей поведения в моде не характерно безразличное отношение к одежде.

А. Векантеш, А. Джой, Дж.Ф. Шерри-мл. и Дж. Дешенес рассматривают особенности восприятия и описания предметов моды (одежда, аксессуары, ювелирные изделия). Было показано, что при описании одежды люди описывают, с одной стороны, в категориях красоты, а с другой – в таких категориях, как возможность ношения этой одежды. Характер описания у испытуемых основывался на их представлениях о собственном теле, самоидентификации [16].

Дж. Ли и И. Ли 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 [15, с. 4972]. 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 мультиальтернативного 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.

Проведенный обзор показывает, что в настоящее время проблема факторов потребительского поведения в сфере моды являются очень актуальной проблематикой исследований. Особое внимание уделяется изучению потребления брендовой, престижной одежды. Результаты исследований применяются в маркетинге, продвижении товаров и рекламе.

Однако можно отметить и открытые вопросы: отсутствуют кросскультурные исследования, которые позволили бы выявить универсальные, общие факторы поведения потребителей в сфере моды, а также личностные особенности потребителей, что чрезвычайно важно для разработки технологий эффективного обслуживания клиентов.

Список литературы

1. *Антоненко И.В., Карицкий И.Н.* Психология одежды и моды (теория культурных слоев) // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность. Сборник статей Международной научно-практической конференции. М.: Московский государственный университет дизайна и технологии, 2016. С. 6-13.

2. *Антоненко И.В., Карицкий И.Н.* Социальная психология моды // Приволжский научный вестник. 2014. № 11-2 (39). С. 105-110.

3. *Антоненко И.В., Карицкий И.Н.* Социальная психология одежды и моды // Вестник Университета Российской академии образования. 2015. № 3 (76). С. 44-50.

4. *Зимовщикова Д.Г., Карицкий И.Н.* Психологические типы мужчин в индустрии моды // Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности: Сборник материалов Всероссийской научной студенческой конференции. М.: Московский государственный университет дизайна и технологии, 2015. С. 188-191.

5. *Гофман А.Б.* Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Агентство «Издательский сервис», 2000. 232 с.

6. *Килошенко М.И.* Психология моды. М.: Издательство ОНИКС, 2006. 320 с.

7. *Костригин А.А.* Современные зарубежные исследования психологии потребительского поведения в сфере моды // Наука. Мысль. 2016. № 10. С. 48-53.

8. *Свендсен Л.* Философия моды. М.: Прогресс-Традиция, 2007. 256 с.

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. № 34 (3). Pp. 347-356.

11. *Choi Y.H., Choo H.J.* Effects of Chinese consumers' relationship benefits and satisfaction on attitudes toward foreign fashion brands: The moderating role of country of salesperson // Journal of Retailing and Consumer Services. 2016. № 28. Pp. 99-106

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. № 36. Pp. 189-200.

13. *Goldsmith R.E., Clark R.A.* An analysis of factors affecting fashion opinion leadership and fashion opinion seeking// Journal of Fashion Marketing and Management. Vol. 12. № 3, 2008. Pp. 308-322.

14. *Lertwannawit A., Mandhachitara R.* Interpersonal effects on fashion consciousness and status consumption moderated by materialism in metropolitan men // Journal of Business Research. 2012. № 65. Pp. 1408–1416.

15. *Li J., Li Y.* Cognitive model based fashion style decision making// Expert Systems with Applications 39 (2012). Pp. 4972-4977.

16. *Venkatesh A., Joy A., Sherry Jr. J.F., Deschenes J.* The aesthetics of luxury fashion, body and identify formation // Journal of Consumer Psychology 20 (2010). Pp. 459-470.

УДК 338

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ ИННОВАЦИЯМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
CONCEPTUAL BASES OF MANAGING INSTITUTIONAL INNOVATIONS IN MODERN CONDITIONS

Михаил Вячеславович Ливанский
Mikhail Viacheslavovich Levansekiy

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

Аннотация: Рассмотрена роль институциональных инноваций как регулятора социально-экономических, организационно-управленческих, иных отношений и поведения экономических агентов, сформулированы основные положения теории управления институциональными инновациями.

Abstract: The regulation role institutional innovations of social, economic, organisational and other types of relations and economic agents behaviour has been reviewed, key ideas of institutional innovations management theory have been listed.

Ключевые слова: институты, институциональные инновации, управление институциональными инновациями.

Keywords: institutes, institutional innovations, institutional innovations management.

Одной из главных задач институциональной теории и практики является повышение эффективности институтов за счет создания и внедрения институциональных инноваций, отвечающих потребностям экономики.

Создание социально ориентированных и эффективных институтов инновационной экономики позволит сформировать объективные условия для начала реального социально-

экономического развития России. Институциональное строительство играет чрезвычайно важную роль в реформировании российской экономики.

Исследования отечественных ученых в последние годы показывают, что среднесрочная экономическая стратегия государства в области нововведений должна строиться исходя из следующих трех основных принципов: сохранение устойчивой макроэкономической структуры и либерального торгового режима; коренное улучшение экономической ситуации, служащей базой для формирования инновационного климата (дерегулирования); ориентация на содействие реформированию экономики и облегчение доступа на рынки всех частных агентов.[2,с.4-5].

К основным характеристикам национальных инновационных систем относятся институциональная структура, связанная с инновациями, и производственные системы. Поэтому национальные инновационные системы имеют тесную связь с институтами инновационного развития. Эти институты состоят из экономических агентов, которые создают, адаптируют и распространяют новые технологии. Институциональные связи образуют потоки знаний, финансы, люди, законы и коммерческие отношения. [1,с.9].

Институциональные инновации имеют ярко выраженную управленческую природу воздействий. Это подтверждается содержанием приведенных ниже управленческих функций институциональных инноваций как своеобразного института:

- целеполагающей - ориентирующей экономического агента на достижение некоторой цели;
- диагностической - оценивающей поведение экономического агента;
- организационной - организующей поведение экономического агента в определенном направлении;
- мотивационной - мотивирующей поведение экономического агента, при этом возможны как стимулирование поведения, так и наложение определенных штрафных санкций, в случае если он не будут придерживаться норм и правил института;
- коммуникативно-информационной - информирующей экономического агента обо всем спектре возможностей его поведения;
- культурно-воспитательной - предписывающей экономическому агенту следовать заданным образцам поведения в той или иной ситуации, включая не следовать нормам девиантного поведения;
- контрольной - контролирующей поведение экономического агента;
- несения ответственности - предписывающей экономическому агенту нести ответственность конечные результаты своего поведения и нарушения институциональных норм.

Таким образом, институциональные инновации играют многогранную роль регулятора социально-экономических, организационно-управленческих, иных отношений и поведения экономических агентов. С другой стороны, институциональные инновации, представляющие собой сложные социально-экономические, правовые, психологические и этические конструкции *должны целенаправленно и осознанно управляться людьми,* собственно для которых создаются и модифицируются эти институциональные инновации. В данном случае под управлением нами понимаются не только прямые воздействия и изменение содержания и структуры институтов в ходе институционального строительства, но и создание условий, способствующих самоорганизации институтов в процессах институтогенеза, в нужном для решения тех или иных социально-экономических задач. Только в случае наличия возможности и механизмов научно обоснованного и целенаправленного управления, институциональные инновации могут стать существенным фактором социально-экономического развития страны и стабилизации экономической жизни общества.

Новые возможности открываются при постановке актуальной проблемы формирования на стыке институциональной экономики и теории управления инновациями новой научной дисциплины «теория управления институциональными инновациями». Иными словами,

теоретико-методологической основой теории управления институциональными инновациями являются институциональная экономика и концепции современного менеджмента, а также теории управления инновациями (инновационного менеджмента). Ниже сформулируем основные положения теории управления институциональными инновациями. [3].

Целью теории управления институциональными инновациями является разработка теоретических положений, принципов и методов формирования и регулирования инновационной подсистемы институциональной системы национальной экономики**.** *Основные задачи* теории управления институциональными инновациями можно разделить на две группы. В первую группу входят научно-методические и дидактические задачи по разработке и применению теоретических положений и методических подходов теории управления институциональными инновациями в научно-исследовательской и учебной сфере.

Вторая группа задач относится к практической сфере институционального строительства. Сюда входят: разработка стратегий развития инновационной подсистемы институциональной системы национальной экономики, выявление конкретных институциональных проблем и путей их решения; планирование мероприятий для решения проблем инновационного развития институциональных проблем с учетом имеющихся ресурсов, выполнение этих мероприятий; мониторинг эффективности функционирования инновационной подсистемы институциональной системы и уровня ее экономической и социальной эффективности.

Объектом научных исследований в теории управления институциональными инновациями являются инновационная подсистема институциональной системы национальной экономики, включая институциональных акторов и институциональную инфраструктуру инновационной подсистемы. В данном случае самом широком смысле к *институциональным акторам* нами относятся формальные и неформальные организации, в том числе физические лица, которые участвуют в процессе зарождения (создания), функционирования, регулирования, контроля, поддержки и ликвидации институциональных инноваций, то есть жизненного цикла институтогенеза. Институциональная инфраструктура инновационной подсистемы предназначена для формирования и поддержки инновационной и институциональной системы национальной экономики. В состав институциональной инфраструктуры входят кадры, научные и практические знания и различные виды ресурсного обеспечения. Кроме того, в институциональную инфраструктуру включаются также и институциональные акторы.

Основываясь на положениях инновационного менеджмента в качестве *объекта управления инновациями* или инновационных преобразований институтов в сфере институционального строительства, нами предлагаются: [3,с.92].

- конструктивно новые или обновленные нормы и институты с новыми характеристиками;
- новые области регулирования поведения экономических агентов и новые классы экономических агентов, на регулирование поведения которых ориентированы институты;
- новые формы экономических и социальных результатов деятельности экономических агентов, достижение которых регулируются с помощью институтов;
- новые виды информации, которые обеспечивают функционирование институтов;
- новые специальные и профессиональные умения и навыки институциональных акторов, необходимые для проектирования и внедрения новых институтов;
- новые специальные и профессиональные умения и навыки представителей экономических агентов, необходимые для выполнения требований институциональных новшеств;
- новые формы ресурсного обеспечения инновационных проектов по созданию институтов;
- новые технологии проектирования и преобразования институтов;
- новые технологии управления формированием и развитием социально-экономических институтов, включая расширение спектра и потенциала функций управления институтами, в

том числе экономические инновации, связанные с изменением методов планирования и финансирования институционального строительства; социально-психологические инновации, направленные на создание и освоение новых методов адаптации экономических агентов к институтам; маркетинговые инновации, направленные на изменение системы маркетингового исследования рынка институтов и продвижения институтов на новых сегментах этого рынка;

- процессы модернизации организационной структуры управления формированием и развитием институтов, включая модернизацию прав и ответственности институциональных акторов, распределения их прав и ответственности по звеньям и уровням структуры управления.

Предметом теории управления институциональными инновациями являются процессы управления формированием и развитием институциональных инноваций и процессы регулирования поведения экономических агентов с помощью институциональных инноваций. Для исследования указанных процессов используются принципы и методы теории общего и стратегического менеджмента.

К *принципам* теории управления институциональными инновациями в соответствии с концепциями стратегического менеджмента, мы относим следующие принципы:

- когда цели управления институциональными инновациями заданы извне, то не исключается свободный выбор способов их достижения;

-достижение цели управления институциональными инновациями должно всегда сопоставляться с затраченными средствами;

- принятие решения по управлению институциональными инновациями должно осуществляться на основе прогнозов ожидаемого развития институтов;

- все невозможные или труднодостижимые цели управления институциональными инновациями должны быть отвергнуты;

- каждое нарушение правил управления институциональными инновациями должно грозить институциональному актору соответствующими действенными санкциями.

Под *методами* теории управления институциональными инновациями понимаются приемы или способы воздействия на институциональную систему экономики для достижения поставленных целей. Методы можно подразделить на три группы: административные (организационно-распорядительные), экономические и социально-психологические.

Административные методы представляют собой воздействия на инновационную подсистему институциональной системы. Они осуществляются в следующих формах: прямое административное распоряжение, имеющее обязательный характер для институциональной системы (приказы, указания); установление правил, регулирующих функционирование институциональной системы; рекомендации по организации, совершенствованию и контролю процессов функционирования инновационную подсистему институциональной системы.

В группу *экономических методов* включаются методы финансирования, инвестирования, кредитования, ценообразования и экономического стимулирования различных мероприятий, проводимых в ходе институционального строительства.

Социально-психологические методы основываются на использовании приемов социально-психологических воздействий на людей, группы людей, трудовые коллективы, социальные слои и общество в целом с помощью мотивационных механизмов, включенных в нормы институциональных инноваций..

Формирование и развитие теории и практики управления формированием и развитием институциональных инноваций как одного из новых направлений институциональной экономики и современного менеджмента требует решения ряда задач, среди которых: разработка аксиоматики и обоснование теоретической концепции управления формированием и развитием институциональных инноваций; разработка правового, методического и информационного обеспечения, а также процедуры осуществления конкретных технологий управления

формированием и развитием институциональных инноваций. Вопросы управления институциональными инновациями должны быть включены в учебные планы подготовки, переподготовки и повышения квалификации руководящих кадров и специалистов, занятых в сфере институциональной деятельности.

Список литературы

1. *Еремкин В.А., Сутырина Т.А.* Инструменты инновационной политики: теория и практика: препринт // РАНХиГС при Президенте России. – М.: РАНХиГС, 2012. С.9.

2. *Ливанский М.В.* Институциональная среда инновационной деятельности в современной России. Монография. – М.: Риалтекс, 2007. С.142.

3. *Ливанский М.В., Зотов В.В., Попел А.Е., Титов В.Н., Петросян Д.С.*; рук. авт. кол. Ливанский М.В; под ред. Петросяна Д.С. Управление институциональными инновациями: монография. – М.: РУСАЙНС, 2017. 192 с.

УДК 622.807(043)

РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL COMPLEX OF RUSSIA AS A FACTOR OF ENSURING OF NATIONAL SECURITY

Владимир Владимирович Филатов*, Сергей Александрович Лочан, Давид Семенович Петросян*****
Vladimir Vladimirovich Filatov*, Sergey Aleksandrovich Lochan, David Semenovich Petrosyan*****

**Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского, Россия, Москва*
**Moscow state University of technologies and management named after K. G. Razumovsky, Russia, Moscow*
(e-mail: filatov_vl@mail.ru)
***Российский экономический университет им .Г.В.Плеханова, Россия, Москва*
***Russian economic University named after G.V.Plekhanov, Russia, Moscow*
(e-mail: lochansa@yandex.ru)
****Институт региональных экономических исследований, Россия, Москва*
****Institute of regional economic researches, Russia, Moscow*
(e-mail: pet_dav@mail.ru)

Аннотация: В статье развитие промышленного комплекса России рассматривается как фактор обеспечения ее национальной безопасности, предлагаются пути обеспечения национальной безопасности путем гуманизации социально-экономических отношений и использования положений интегративной теории экономического поведения.

Ключевые слова: промышленный комплекс, национальная безопасность, угрозы, гуманизация социально-экономических отношений, теория экономического поведения.

Abstract: In article development of the industrial complex of Russia is considered as a factor in ensuring its national security, it suggests ways of ensuring national security by the humanization of socio-economic relations and the use of the provisions of the integrative theories of economic behavior.

Keywords: industrial complex, national security, threats, humanization of socio-economic relations, the theory of economic behavior.

Повышение конкурентоспособности экономики России невозможно без инновационного развития промышленного комплекса и проведения политики модернизации и импортозамещения, что особенно актуально в условиях экономических и политических санкций. Теоретические и методологические вопросы исследования состояния и тенденций развития промышленного комплекса страны сегодня стоят остро. Промышленность как ведущая отрасль экономики России является основой для расширенного воспроизводства, экономического развития страны, повышения ее обороноспособности государства и обеспеченности населения товарами народного потребления.

Для развития промышленного комплекса необходим не просто рост инновационной активности входящих в его состав отраслей и предприятий, но и повышение их восприимчивости к технологическим инновациям, посредством применения инструментов стратегического планирования. Инновационное развитие промышленного комплекса напрямую зависит от инновационной активности промышленных предприятий и рынков инноваций, обеспечивающих трансферт технологий и реализацию иных функций инновационной деятельности данных предприятий. Инновационная активность промышленных предприятий достаточно изучена, чего нельзя сказать об отраслевых рынках инноваций. Развитие научно-технического прогресса на фоне ограниченности ресурсов и ускоренного изменения условий функционирования промышленного комплекса, повышает роль отраслевых рынков инноваций. На отраслевых рынках инноваций представлены не только готовые продукты, но и незавершённые интеллектуальные продукты, которые могут быть использованы в производственной деятельности предприятий отраслей промышленности. Таким образом, развитие теории и методологии развития промышленного комплекса России на основе регулирования отраслевого рынка инноваций является актуальной проблемой, имеющей существенное народнохозяйственное значение. В настоящее время в научной литературе отсутствуют научные подходы и концепции развития промышленного комплекса России на основе регулирования отраслевого рынка инноваций как существенного фактора обеспечения национальной безопасности страны.

В современных условиях усиления экономических и политических санкций и проведения политики импортозамещения применительно к промышленности России ее комплексное развитие предусматривает всестороннее развитие всех отраслей, сбалансированность и оптимальность отраслевой и территориальной структур производства, внутриотраслевых и межотраслевых связей, ориентированное на максимизацию интегральной социально-экономической эффективности функционирования национальной экономики при сохранении достаточного уровня экономического суверенитета страны. Поэтому представление промышленности страны в виде единого комплекса соответствует как целям экономической политики государства, так и объективного научного исследования закономерностей и выявления проблем функционирования и развития промышленного комплекса. Подобный подход позволяет разработать и внедрить соответствующие механизмы обеспечения устойчивого развития и методы стратегического планирования в отрасли, а также инструменты функционирования товарных рынков с ограниченной и развитой конкуренцией в условиях глобализации мировой экономики и свободной торговли [3].

В результате просчетов в осуществлении социально-экономической реформы в России возникла реальная угроза промышленному комплексу страны и утрате национальной безопасности. Ускоренное экономическое развитие России невозможно без смены руководящих идеологических доктрин, достижения баланса властей и обеспечения, имущественных прав. Не меньшее значение имеет изменение самой парадигмы экономического сознания. Этими требованиями обусловлено значение моделей гуманистической экономики - этого непременного элемента экономической парадигмы. Концепция гуманистической экономики призвана обеспечить исследователей надежными инструментами анализа социально-экономических процессов. Результаты исследования закономерностей социального и экономического поведения людей в их совместной деятельности доказывают решающую роль гуманистических

факторов в развитии национальной экономики, ее промышленного комплекса, в снижении различных форм эксплуатации труда, в повышении экономической эффективности производства и социальной справедливости распределения материальных и духовных благ, а также в обеспечении национальной, в частности экономической и социальной безопасности страны [2].

Экономика и управление неразрывно связаны между собой. Эволюция экономической и управленческой науки по всей вероятности будет происходить по направлению конвергенции этих наук в единую интегративную теорию экономического поведения [2] и ориентированная на достижение таких экономических, социальных и управленческих критериев, как экономическая эффективность производства и социальная справедливость распределения благ, экономический суверенитет, управляемость национальной экономики, обеспечение национальной безопасности. Интегративная теория показывает, что для формирования стратегий управления промышленностью необходимо экономически эффективное использование значительных ресурсов, а также экономический подход при оценке и обоснованию выбора этих стратегий, что является важным условием обеспечения экономической и социальной безопасности. При решении задач регулирования промышленного комплекса страны используются, как правило, выработанные многолетней практикой, методы управления, страдают существенными недостатками, которые возможно устранить путем разработки организационно-методических основ оценки качества макроэкономических решений и практических механизмов их реализации, при этом необходимо учитывать влияние макроэкономических решений на результаты экономической деятельности на микроуровне.

Список литературы

1. *Петросян Д.С.* Государственное регулирование национальной экономики. Новые направления теории: гуманистический подход: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М.2012. 300 с.

2. *Петросян Д.С.* Интегративная модель поведения человека // Общественные науки и современность,2008. № 3. 2008.С. 39-51.

3. *Филатов В.В.* Стратегии и механизмы модернизации инновационно-технологического развития экономики России // Качество. Инновации. Образование, 2013. № 12. С.8-17.

УДК 659.075

О СИМВОЛИЧЕСКОМ В РЕКЛАМНОМ ВЛИЯНИИ
ABOUT SYMBOLIC IN ADVERTISING INFLUENCE

Ольга Витальевна Одинцова*, Андрей Алексеевич Одинцов,**
Olga Vitalievna Odintsova*, Andrew Alekseevich Odintsov**

Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(odincova.o.v@mail.ru)
Национальный исследовательский университет МГТУ им. Н.Э.Баумана, Россия, г. Москва
National Research University «Bauman Moscow State Technical University», Russia, Moscow
(votan3@mail.ru)

Аннотация: Статья посвящена аспектам использования знаков и символов в рекламной коммуникации, а также воздействия, оказываемого при этом на потребителя. Рассмотрена проблема интерпретации и понимания символов в рекламной коммуникации.

Abstract: The article is devoted to aspects of the use of signs and symbols in advertising communications, as well as the impact that is exerted on the consumer. The problem of interpreting and understanding symbols in advertising communication is considered.

Ключевые слова: символ, знак, реклама, рекламная коммуникация, влияние, потребитель.

Keywords: symbol, sign, advertising, advertising communication, influence, consumer.

Экономика при высоком уровне технологий в основном решила проблему материального производства. Важной и сложной задачей экономики является сбыт, вследствие чего возросла значимость коммуникаций, содействующих реализации продуктов потребления. Среди такого рода коммуникаций - реклама, которая в силу своих онтологических особенностей, выдвигается на первый план. Теперь в результате экономического обмена потребляются не только и не столько вещи, сколько образы. Экономический обмен приобретает черты символического обмена (Долгин А.Б., 2007).

При рассмотрении вопроса о символическом в рекламном влиянии следует учитывать, что символ в данном контексте имеет значение в трех основных аспектах: как отражение наиболее общих ценностей человеческой цивилизации; как проекция коллективного бессознательного различных социальных общностей, на которые направлена реклама; как форма концентрации ценностно-смысловой сферы рекламодателя, рекламопроизводителя и потребителя рекламы [1, С.128-138].

Анализ показывает, что в рекламной деятельности особое значение имеет презентация рекламного образа в сознании личности, ее влияние на личностные факторы, на перестройку мотивационно-побудительной системы, на формирование убеждений в необходимости приобретения рекламируемой продукции. Рекламный образ может включать символические образы, изображения человека, фантазийные образы и многое другое, что способно активизировать покупательское поведение [2, С.55].

Реклама наделяет товары и услуги символическими ценностями, и тогда мы покупаем желаемое: красоту, молодость, здоровье, комфорт, безопасность. Стремясь совместить наш внутренний мир с внешним, реклама работает с психологическими комплексами потребителя, в основе которых лежит нередко противоречие между желаемым и действительным.

Включение того или иного товара в символический обмен происходит одновременно с «овеществлением» абстрактных ценностей, господствующих в данном обществе. Так, для традиционных обществ характерными являются такие ценности, как чувство патриотизма, семейные узы, любовь, дружба, справедливость и т.д. Все большее значение в обществе приобретают в качестве ценностей деньги, социальный статус, комфорт, потребление и другие подобные. Либеральные общества формулируют новые псевдоценности, среди них – мультикультурализм, политкорректность, гендерная нейтральность и т.д. Анализ практики показывает, что реклама во все большей степени смещает фокус своего внимания на деньги, социальный статус, комфорт, потребление и другие подобные. Более того, реклама теперь в ряде случаев уже прямо способствует распространению произвольно трактуемых указанных выше псевдоценностей, а отечественная реклама их зачастую бездумно тиражирует.

Множественность значений символа, их смысловая полисемия порождает проблему интерпретации и понимания символов, чрезвычайно важную для сфер рекламной коммуникации. Так, Н.В.Кулагина различает два типа интерпретаций: культурологическую и психологическую. Культурологическая интерпретация зависит от исходных позиций и личного жизненного опыта интерпретатора. Психологические интерпретации, как отмечает К.Юнг, отличаются наличием двух аспектов: объективная интерпретация - то, что означает символ сам по себе; субъективная интерпретация - то, что символ означает как проекция в личностном осмыслении и представлении. Трудности интерпретации необычайно велики, и смысловая структура символа предполагает активную внутреннюю работу того, кто символ воспринимает и интерпретирует. М.Мамардашвили и А.Пятигорский утверждают, что множественность интерпретаций и есть способ существования символов. «Именно интерпретация, постоянно расширяя область символики, обеспечивает эвристический характер знаковых

форм», - к утверждает В.В.Мантатов в работе «Образ, знак, условность». В этой связи отметим: чтобы понимать рекламные символы, потребителю необходимо иметь хорошо развитой ту часть сознания, которая направлена на построение личностных смыслов.

Современная наука позволяет по-новому взглянуть на древние учения, по новому (хотя и не всегда продуктивно) интерпретировать древнейшие философские системы, с позиций сегодняшнего дня рассматривать дошедшие до нас символические знаковые системы. Поскольку реклама затрагивает не только сознание человека, но и все составляющие структуры личности, то и интерпретация для нее является незаменимой.

Важная особенность символа состоит в том, что его связь с тем, что он символизирует, является естественной и необходимой. Символ несет наглядно-образную информацию, представляет абстрактные идеи и понятия. Побуждение потребителя к действию имеет место, если реклама создает образы, которые ассоциируются у него с определенным эмоциональным состоянием - страхом, удовольствием, агрессией, ненавистью, любовью. Через ассоциации образы воспринимаются эмоционально. С каждым усваиваемым символом потребитель бессознательно воспринимает и образ той вещи, которую реклама побуждает его любить или ненавидеть, искать или избегать.

Символ, по Фрейду, «мотивирован динамически». Импульс исходит из бессознательного и решающее значение, с точки зрения психоанализа, имеет то обстоятельство, что сам человек не знает, что он имеет дело с «символом». Образы-символы бессознательного пробираются на уровень сознания потребителя через воображение. Стимулировать воображение – одна из задач рекламной деятельности, а символ является оперативным средством такого стимулирования, при этом речь идет именно о глубинно-психологическом восприятии символа.

Для понимания глубинно-психологической трактовки символа необходимо обратиться к различию между индивидуальной и коллективной символикой. З.Фрейд различал два типа символов: универсального распространения и индивидуального происхождения. Подчеркнем в этой связи, что для рекламной деятельности важен универсальный символ, который имеет глубокое воздействие на различные социальные страты, группы, слои населения.

Разрабатывая аналитическую психологию, центральными понятиями которой являются архетипы и коллективное бессознательное, К.Юнг утверждает: «когда мы пытаемся понять символы, то сталкиваемся не только с самими символами, но, прежде всего, перед нами возникает целостность индивида, воспроизводящего эти символы».

Символы отражают связь человека как с миром, в котором он живет, так и с архетипическим миром, ведь архетип доминирует в личности и наполняет ее магической силой понимания символов. Соединение личностного и коллективного формирует эмоциональное состояние, - в этом, как нам представляется, и заключается искусство рекламной коммуникации. Символам и знакам внутренне присуща обобщенность и абстрактность, экономичность и информационная емкость, простота и лаконичность, взаимозаменяемость и системность, субъективность восприятия, диффузия в ситуации взаимодействия культур [3, С.16-20]. Символы помогают человеку оперировать абстракциями и глубже понимать объективность реального мира. «Символ содержит в себе больше информации, чем обычное слово. Символ, как правило, опирается на более древний арсенал воздействия, чем сегодняшние наши приобретения. Символ – это то, что уже воздействовало на наших предков в качестве эффективного инструментария» (Г.Г.Почепцов, 2000).

Стимулирование символического мышления - самая сложная сторона рекламной деятельности, поскольку символ не существует реально, как часть природы, а является свободным образом, созданным для овладения чувственным миром. Его можно рассматривать как чувственное воплощение идеального. Символическое мышление и символическая деятельность - самые специфические качества человеческой сущности, и они должны быть учтены в организации рекламной деятельности.

Воспринимаемый потребителем рекламный образ часто не имеет жесткой привязки к определенному материальному носителю и возникает, в меру символического сознания, из подразумеваемых смысловых структур. С.С.Аверенцев справедливо отмечает, что «… символ есть образ, взятый в аспекте своей знаковости, и … он есть знак, наделенный всей органичностью мифа и неисчерпаемой многозначностью образа». И в этой связи главной задачей рекламного образа является возможность показать ценность своего содержания, выявить эту ценность во всем ее блеске, привлекательности, заставить человека принять этот образ. При этом в рекламном образе особенно важны следующие компоненты: материальная форма знака; предметное значение, смысловое значение, оценочное отношение, переживание.

Бесконечная смысловая перспектива символа делает его многогранным и многоплановым. Символы отражают сущность абстрактных идей и придают им чувственно-наглядную форму [3].

Анализ практики рекламной коммуникации показывает, что нередко имеет место некорректное использование знаков и символов, свойственных собственной культуре, более того, неоправданное заимствование чуждых знаков, свойственных иным культурам (египетской, африканской, индийской или иной) [1, С.132-133]. Подобная практика представляется весьма неоднозначной и даже в ряде случаев опасной, поскольку приводит в конечном счете к увеличению фрагментарности представлений, искажению мировоззренческой ориентации, калейдоскопичности мышления потребителя, может создать у него ощущение дезориентированности в происходящем и даже депрессии.

Возвращаясь к культурообразующему значению рекламной коммуникации, подчеркнем, что символ обладает экзистенциально-ценностной сущностью, что позволяет ему быть включенным в целостность индивидуального и коллективного опыта. Для постижения символа необходим опыт, имеющий символико-смысловую природу. Продукты знаковой деятельности человека в процессе общения в виде элементарных знаков (символов) и текстов различного характера становятся полноправной частью социальной среды.

Как представляется, широкое и не вполне корректное использование в рекламной коммуникации знаков и символов способствует возникновению ошибок потребителей при принятии решений, основанных на когнитивных процессах [4, С.68-76].

Символическое имеет огромное значение в новейших технологиях рекламы и маркетинга, в частности, в нейромаркетинговых технологиях. При этом обостряется проблема морально-этической оценки применения методов нейросканирования, нейровизуализации, практического приложения соответствующих знаний и методик в немедицинских целях, прогнозирования возможных социально значимых последствий, создания нормативно-правовой базы [5, С.121-122]. Для современности характерен некритический, субъективный отбор знаков и символов для использования в рекламе по критериям яркости, броскости, необычности изображений. Использование заимствованной, чуждой отечественной культуре символики, оказывающей негативное влияние на потребителя, наспех сконструированных символических образов.

Подобного рода некорректное испоьзование символов и знаков в рекламе имеет самые неблагоприятные последствия для общества и государства, поскольку:

- содействует распространению ложных ценностей (деньги, мультикультурализм, плюрализм мнений, вседозволенность);
- приводит к неоправданным затратам времени потребителя, дезориентирует и раздражает его;
- способствует дебилизации, снижению мировоззренческого уровня населения;
- разобщает, противопоставляет людей по имущественному, национальному, религиозному и иным признакам;
- способствует разрастанию и доминированию виртуальности;

- действует на социум разрушительно, способствует возникновению уродливых общностей – синглтоны, кидалты, нетос и др.;
- ускоряет криминализацию общества, способствует совершению преступлений;
- увеличивает напряженность в обществе:
- настраивает людей против собственной страны, государства.

В этой связи актуализируется, с одной стороны, исследование и анализ того влияния, которое оказывает использование знаков и символов в рекламе на различные социальные группы потребителей, на общество в целом, а с другой - осуществление контроля в этой сфере со стороны государственных органов. Речь может идти, в частности, и о построении адекватных компьютерных моделей, накоплении обширных баз данных. Большой вклад в эту работу могли бы внести негосударственные структуры, объединения рекламодателей и рекламопроизводителей [2]. Гармонизация использования знаков и символов в рекламной коммуникации могла бы воздействовать на социум созидательно: способствовать распространению и укреплению истинных ценностей (любовь, дружба, семья, традиции и т.д.), экономить время и затраты потребителя, улучшать его эмоциональное состояние, стимулировать оздоровление населения, повышение его мировоззренческого уровня, защищать от зомбирования, содействовать декриминализации общества, предотвращению преступлений, снижать напряженность в обществе.

Список литературы

1. *Одинцов А.А., Одинцова О.В.* Управление модой: Монография. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2013. 175 с.

2.*Одинцова О.В., Морозов Р.В.* Восприятие рекламы: информационно-психологический аспект. Монография / Под ред. д.э.н., проф. А.А.Одинцова. – М.: Издатель Морозов Р.В. – 2016. 168 с.

3. *Одинцов А.А.* Знаки и символы в управлении: Учеб. пос. – М.: Изд-во «Риалтекс», 2015. 104 с.

4. *Одинцова О.В., Рамендик Д.М.* Психология в менеджменте. – М.: Изд-во «Риалтекс», 2015. 200 с.

5. *Одинцов А.А., Одинцова О.В.* Управление поведением потребителей: Учеб. пос. – М.: РИО МГУДТ, 2012. 150 с.

УДК 622.807(043)

ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕГИОНА
THE ISSUES OF SOCIAL SECURITY OF AN INDUSTRY IN THE REGION

Давид Семенович Петросян
David Semenovich Petrosyan

Институт региональных экономических исследований, Россия, Москва
Institute of regional economic researches, Russia, Moscow
(e-mail: pet_dav@mail.ru)

Аннотация: В статье рассматривается понятие социальной безопасности отрасли промышленности региона и предлагаются пути ее повышения путем снижения угроз социальной безопасности и гуманизации социально-экономических отношений.

Ключевые слова: отрасль промышленности, регион, социальная безопасность, угрозы, гуманизация социально-экономических отношений.

Abstract. The article discusses the concept of social safety of an industry in the region, and suggests ways to improve it by reducing threats to social security and humanization of socio-economic relations.

Keywords: industry, region, social security, threats, humanization of socio-economic relations.

История развития человеческой цивилизации свидетельствует о том, что разнообразная деятельность людей, направленная на удовлетворение потребностей в различных материальных и нематериальных благах, часто вступает в противоречие с важнейшей, имманентной для любого живого организма потребностью - потребностью в безопасности. Между тем, в ходе исторического прогресса количество и разрушительная сила реальных опасностей и возможных угроз неуклонно возрастают. Не случайно международное сообщество уже нарекло XXI столетие «веком выживания», когда человечество либо сумеет преодолеть наиболее серьезные угрозы и опасности, устранит или нейтрализует их источники, либо обречет себя на самоуничтожение [4, с.57] .

Научно обоснованное понимание сущности категории «безопасность» в третьем тысячелетии становится все более необходимым политикам и ученым, государственным деятелям и администраторам, военным и дипломатам, руководителям предприятий всех форм собственности, каждому гражданину России, чтобы правильно разбираться в сложной современной действительности, насыщенной разнообразными опасностями и противоречиями.

Разумеется, было бы недостаточно дать более или менее удовлетворительное определение базовому понятию «безопасность». Нужно проследить еще и тенденции развития его смыслового содержания, для чего необходимо обратиться к анализу генезиса безопасности, - этой фундаментальной категории, определяющей устойчивое состояние социально-экономической системы. Анализ позволяет установить, что безопасность как социальный феномен имеет свои корни в биологической природе человека. Безопасность оказывает капитальное влияние на все без исключения стороны жизнедеятельности индивида, включая социальные, экономические, духовно - нравственные и другие. В системе потребностей А.Маслоу витальная потребность человека в безопасности занимает второе место после органических потребностей в пище, воде, сексе и пр. [5]. Отправной точкой выживания, безопасного существования и развития является биологический инстинкт самосохранения, присущий человеку в той же мере, в какой он присущ любому живому организму.

На этапе зарождения социальной организации именно жизнь выступает основным охраняемым параметром и критерием оценки состояния безопасности отрасли промышленности региона. Исторический опыт свидетельствует, что попытки модернизации общества, которые становятся перманентными, таят в себе много неопределенного, неустойчивого, опасного. По существу, важнейшая проблема взаимосвязи реформ и безопасности отрасли промышленности региона пока остается недостаточно исследованной. Это не может не оказывать негативного воздействия и на общество, и на политику реформ.

В новых исторических условиях потребовалось переосмыслить значение и роль безопасности в системе жизнедеятельности личности, общества и государства, для чего придется обратиться к анализу структуры такого сложного и многопланового понятия как социальная безопасность отрасли промышленности региона и ее места в концепции обеспечения национальной безопасности России. От результатов этого исследования зависит успешность деятельности по разработке эффективного механизма защиты интересов отрасли промышленности региона в целом и конкретных работников отрасли, в частности, от многочисленных угроз разнообразного характера и направленности. Эти задачи представляются особенно актуальными в настоящее время.

Решения и действия различных структур в любой сфере жизнедеятельности, принимаемые без учета индивидуальных интересов личности, приводят к социальной напряженности и

конфликтам. Центральная гуманитарная идея безопасности отрасли промышленности регионов связана как раз с созданием наиболее благоприятных условий для реализации прав и свобод каждого работника отрасли и членов его семьи.

Современный подход к обеспечению социальной безопасности отрасли промышленности региона предполагает активную модернизацию устаревших социальных структур и институтов, приспособление их к новым реалиям жизни. Осуществление практических мероприятий по повышению социальной безопасности и совершенствование действующей нормативно-правовой базы должно быть основано на разработке новых теоретических концепций и методологических подходов.

Научные и методические основы обеспечения социальной безопасности отрасли промышленности региона имеют междисциплинарный характер и могут быть рассмотрены с позиций различных научных дисциплин, в частности таких, как медицина и санитария, экология, психология и психиатрия для сохранения и укрепления физического, психического и психологического здоровья нации; валеология; политология как учение о политическом управлении государством и обществом; отрасли права для правового обеспечения социальной безопасности; инженерных и технологических наук для формирования технико-технологических систем жизнеобеспечения и др. Таким образом, проблема достижения высокого уровня социальной безопасности отрасли промышленности региона, имеет множество аспектов: политический, экономический, управленческий, технологический и др. Ниже мы рассмотрим понятийный аппарат социальной безопасности и, учитывая, экономическую направленность нашей работы выявим экономические и управленческие аспекты ее обеспечения.

В научной литературе предлагаются различные трактовки определения понятия социальной безопасности [1,3]. Определение уровня социальной безопасности отрасли промышленности региона связано с оценкой угроз социальной безопасности.

В Словаре терминов и определений в сфере безопасности России [2, с.292] угрозы социальной безопасности определяются как социальные факторы и их проявления, которые могут привести к нарастанию до критической черты социальной напряженности в обществе, возникновению трудноразрешимых противоречий среди различных слоев населения. Исследователи проблем социальной безопасности перечисляют самый различный перечень видов, причин и соответствующих показателей угроз социальной безопасности и ожидаемых последствий.

К основным видам социальных угроз отрасли промышленности региона можно отнести: увеличение доли населения, живущего за чертой бедности; расслоение общества на узкий круг богатых и широкую массу малообеспеченных граждан; возникновение и усугубление тенденций возрастания социальных и трудовых конфликтов, особенно на основе этносоциальной стратификации; возрастание уровня безработицы среди трудоспособных граждан, особенно среди молодежи; снижение реального уровня образования и грамотности населения; изменение духовной жизни населения, обусловленное информационной и культурной экспансией извне, необходимостью смены одних духовных ориентиров на другие; снижение уровня здоровья населения вследствие кризисного состояния системы здравоохранения, возрастания потребления алкоголя и наркотических веществ и др.

Среди факторов, негативно влияющих на социальную безопасность отрасли промышленности региона, можно выделить некомпетентность региональной власти в вопросах социальной политики и её реализации. В качестве причин этой некомпетентности выступают обстоятельства, связанные с отсутствием реальной программы действий; управленческой неподготовленностью, двойными стандартами и др.

Известно, что возникновению социальных угроз в отрасли промышленности региона способствуют некоторые объективные и субъективные условия и причины. В качестве причин, способствующих возникновению социальных угроз, в литературе упоминаются эко-

номическая и социальная обстановка в стране; для мегаполисов и крупных городов - высокая плотность проживания; постоянный приток мигрантов с другими менталитетом, культурой и образом жизни; нарушение и коммерциализация системы здравоохранения; ухудшение санитарного контроля; увеличение стоимости продовольствия, увеличивающаяся зависимость от поставок продовольствия.

Что касается ожидаемых негативных последствий в случае возникновения и обострения социальных угроз в регионе, то к ним относят: снижение уровня здоровья жителей, глубокое расслоение общества в регионе на различные слои и группы по экономическому положению, национальной принадлежности, религиозным убеждениям и возникновение на этой почве трудноразрешимых конфликтов; нарушение основного демократического принципа всеобщего равенства людей в связи с созданием различных условий и возможностей для каждого человека получить образование, профессию, обеспечить здоровье.

На наш взгляд, необходимо разделить между собой три понятия: угрозы, их причины и возможные последствия. Первичны причины возникновения угроз социальной безопасности, на основе которых возникают непосредственно сами угрозы. Затем в результате практической реализации угроз или их обострения возникают последствия. Все три понятия: «причины», «угрозы» и «последствия» могут быть выражены соответствующими качественными и количественными показателями. Указанные понятия должны использоваться при разработке концепции социальной безопасности отрасли промышленности региона.

Основополагающим подходом при разработке концепции социальной безопасности отрасли промышленности региона мы предлагаем закрепленный в статье 2 Конституции Российской Федерации принцип, согласно которому права и свободы человека определены как высшая ценность, что полностью отвечает национальным интересам России. Все перечисленные задачи обеспечения социальной безопасности, на наш взгляд, могут быть решены при условии создания в регионе гражданского общества, в котором строго соблюдается принцип разделения ветвей власти: законодательной, исполнительной и правоохранительной.

Значение экономических аспектов социальной безопасности отрасли промышленности региона состоит в том, что для того, чтобы решить на практике многочисленные проблемы социальной безопасности, необходимы значительные материальные и финансово-экономические ресурсы.

Кроме того, об экономическом аспекте социальной безопасности говорит само содержание социальной реформы и социальной политики. Отметим, что в научной литературе социальная безопасность и экономическая безопасность представляются составными частями национальной безопасности. При сопоставлении их между собой прослеживается тесная взаимосвязь.

Значение управленческих аспектов социальной безопасности отрасли промышленности региона объясняется тем, что проведение социальных мероприятий требует целенаправленного управления отраслями социальной сферы. Деятельность региональных органов по обеспечению социальной безопасности включает в себя реализацию следующих функций: аналитической - оценка (прогноз) реальных и потенциальных угроз объектам безопасности, исходящих от внутренних и внешних источников опасности; целеполагания - определение содержания деятельности по обеспечению внутренней внешней безопасности; реализационной - участие в осуществлении мероприятий по обеспечению социальной безопасности. .

Наконец, синтетический экономико-управленческий аспект социальной безопасности отрасли промышленности региона состоит в том, что, с одной стороны, для организации управления социальной безопасностью потребуется аккумулировать и эффективно использовать значительные материально-технические, информационные и кадровые ресурсов. С другой же стороны непосредственно процесс экономической деятельности по созданию условий социальной безопасности также требует управления этим процессом. Таким образом, необходим

экономический подход к оценке и обоснованию выбора эффективных стратегий управления социальной безопасностью региона.

В современных условиях организация эффективной практической экономической и управленческой деятельности по обеспечению социальной безопасности отрасли промышленности региона не мыслима без использования научных методов. Однако научные методы, основанные на ошибочных или не адаптированных к российским социальным, экономическим и этнокультурным условиям, теоретических концепциях, приведут в лучшем случае к их неэффективному и не адекватному применению, а в худшем случае к значительному экономическому ущербу и социальным потрясениям.

Реформы переходного периода привели в деформации экономических отношений и возникновению различных форм собственности, но при этом снизилась их социальная составляющая.

В настоящее время модернизация экономических отношений если и осуществляется, то преимущественно в направлении организационно-правового развития. По нашему мнению, на современном этапе трансформация социально-экономических отношений в регионах России должна осуществляться в самых различных направлениях: технологическом, организационно-правовом, социокультурном и гуманистическом.

Решение задачи по созданию социального государства, зафиксированное в статье 7 Конституции Российской Федерации невозможно без такого магистрального направления модернизации социально-экономических отношений в России как гуманизация социально-экономических отношений, что позволит консолидировать общество, и будет способствовать развитию демократии на уровне региона и муниципалитета предполагает участие граждан в управлении всеми сторонами жизни - экономической, социальной и политической.

Процессы функционирования экономики отрасли промышленности регионов должны быть, по нашему мнению, подчинены некоторому глобальному критерию, выводимому из общенациональной задачи по созданию свободного общества свободных людей.

В систему критериев должны быть включены: повышение качества жизни населения регионов, обеспечение прав и свобод человека, его физического и психического здоровья, и при условии соблюдения этических принципов социальной справедливости в экономических отношениях.

Список литературы

1. *Аничин Р.Н.* Деятельность органов государственного управления по обеспечению социальной безопасности России в современных условиях: Автореф. дис… канд. социол. наук. - М. : Военный ун-т, 2000. 25 с.

2. Безопасность России. Правовые, социально-экономические и научно-технические аспекты: Словарь терминов и определений. - М.: МГФ «Знание», 1999. 368 с.

3. *Ващекин Н.П., Дзлиев М.И., Урсул А.Д.* Экономическая и социальная безопасность в России: Учеб. пособие для вузов. -М.: Моск.гос.ун-т коммерции и др., 1999. 375 с.

4. *Клейнер Г.Б., Бечeнов А.Г., Петросян Д.С.* Национальная безопасность России (экономические и управленческие аспекты). / Под редакцией Д.С. Львова. – М.: Издательство «Прима-Пресс-М», 2005. 260 с.

5. *Маслоу А.Г.* Мотивация и личность. Пер.с англ.– М., СПб : Евразия,1999. 478 с.

УДК 331.1

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ
ECONOMIC, SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF INCREASE IN MANAGEMENT EFFICIENCY IN THE INDUSTRY AND TRADE

Ксения Александровна Темирева
Ksenia Alexandrovna Temireva

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: ksenia-t92@yandex.ru)

Аннотация: В работе представлены результаты теоретического исследования аспектов повышения эффективности управления, прямо пропорциональной результативности обеспечения социально-экономического развития предприятия. Теоретический анализ показал, что применение рациональных приемов труда на производстве позволяет грамотно распределить затраты рабочего времени и значительно повысить производительность труда.

Abstract: This article presents the results of the theoretical research of increase's aspects in management efficiency directly proportional to the effectiveness of ensuring social and economic development of the enterprise. The theoretical analysis has shown that using rational methods of labor on production allows to distribute competently expenses of working hours and to considerably increase labor productivity.

Ключевые слова: экономические аспекты, социально-психологические аспекты, эффективность управления.

Keywords: economic aspects, social and psychological aspects, management efficiency.

Переход к рыночной экономике, включая рост конкурентной борьбы, сделал человеческий фактор ключевым аспектом успеха промышленных организаций. Познание аспектов экономического стимулирования и социально-психологических особенностей исполнителей делает возможным для руководителей грамотно сформировать и принять оптимальный стиль управления, обеспечивающий, в свою очередь, повышение эффективности деятельности самого предприятия за счет улучшения социально-психологического климата и повышения степени удовлетворенности трудом.

Таким образом, эффективное управление в промышленности и торговле должно быть нацелено на обеспечение правильного функционирования и развития «низшей» подсистемы, создавая и реализуя материальные или духовные блага. Необходим четкий отбор критерий-факторов для дальнейшей оптимизации функционирования и развития управляющей подсистемы. Данные факторы могут быть связанны с качественной характеристикой элементов управленческого трудового процесса, средств труда, и прочее, а также со степенью их использования. Хорошему руководителю необходимо знать и понимать влияние каждого возможного фактора в отдельности и их воздействие в комплексе на уровень эффективности управления [6].

Так как повышение эффективности системы управления организацией предполагает нахождение наилучших организационных форм, методов и технологий деятельности непосредственно управляющих и управляемых структур в целях достижения последними управленческо-производственных результатов с заданным критерием или системой критериев, то

в качестве таковых могут выступать критерии рациональной и качественной организации системы и ее составных частей, управленческого труда и процесса управления [3].

Рационально организованная структура, имеющая минимальное число уровней и минимальный административно-управленческий персонал, как правило, улучшает соотношение между результатами и расходами. Грамотное распределение и группирование функций в системе управления свидетельствует о рациональной организации управленческого процесса и может являться критерием его эффективности (эффективность понимается здесь как «степень достижения цели», так и как «степень экономичности расходования ресурсов»).

Говоря об экономических аспектах повышения эффективности управления в промышленности и торговле, следует отметить, что они носят больше косвенный характер управленческого воздействия, осуществляя материальное стимулирование коллективов и отдельных работников. Данные аспекты затрагивают использование: 1. хозяйственного расчета, как метода ведения хозяйства, основанного на соизмерении затрат предприятия на производство продукции с результатами хозяйственной деятельности (объем продаж, выручка), полном возмещении расходов на производство за счет прибыли, обеспечении рентабельности производства, экономном расходовании ресурсов и материальной заинтересованности работников в результатах труда; 2. оплаты труда, обеспечивающей связь между результатами труда и его процессом и отражающей количество и сложность труда работников различной квалификации; 3. дополнительной заработной платы, позволяющей учесть сложность и квалификацию труда, совмещение профессий, сверхнормативную работу и социальные гарантии предприятия. Денежное вознаграждение определяет индивидуальный вклад работников в конечные результаты производства в конкретные периоды времени. Премия же напрямую связывает результаты труда каждого подразделения и работника, в частности, с главным экономическим критерием предприятия – прибылью [10].

Таким образом, с помощью выше перечисленных компонентов оплаты труда существует возможность регулирования материальной заинтересованности работников с экономически возможными расходами на производство, применения различных систем оплаты труда, формирования материальных и духовных потребностей самих работников и обеспечения роста их жизненного уровня [8].

Как уже выяснилось, значительное воздействие на деятельность и поведение рабочих и сотрудников определяется властными и распорядительными полномочиями, которыми наделен руководитель предприятия. Основными средствами влияния и воздействия помимо всего прочего, выступают: право начальников на частичное принуждение в установленных рамках культуры и этикета, воля, авторитет, опыт, талант и статус. Влияние руководителей, при этом, обуславливается не только административным управлением, но и всеобщим разделением сотрудниками данных ценностей, правил и установок [4].

Для эффективности производства высшее руководство внедряет и утверждает конкретную систему взглядов, норм, ценностей и правил, которой должны придерживаться и следовать все работники, которая, также, способствует выполнению, мотивации и эффективности поставленных задач [1,5].

Социально-психологическими аспектами повышения эффективности управления в промышленности и торговле являются способы осуществления управленческих воздействий на персонал, базирующиеся на использовании закономерностей таких отраслей знаний, как социология и психология. Социологические аспекты затрагивают внешний мир человека (люди и их взаимодействия в процессе производства), психологические – внутренний мир, соответственно (воздействуют на личность конкретного человека). Данное разделение достаточно условно, так как в современном мире человек всегда взаимодействует с другими индивидами, имеющими свои определенные качества.

Основаны социально-психологические аспекты на единстве жизненных ценностей организации и сотрудников, что является обязательным условием развития у работников чув-

ства патриотизма по отношению к первой. Проявляется это, в свою очередь, в то случае, когда организация предоставляет работнику не только высокий уровень заработной платы, но и дает возможность удовлетворять потребности высших уровней (увеличение продолжительности жизни, снижение уровня заболеваемости, рост уровня образования и квалификации сотрудников, сокращение производственного травматизма и прочее).

По совершенствованию организации трудового процесса и управления используется, как правило, ряд принципов [7]:

- принцип оптимального содержания трудового процесса (наиболее благоприятное для человека сочетание умственной и физической деятельности, равномерную нагрузку на различные органы и ритмичность трудового процесса);
- принцип параллельности (обеспечение одновременной работы человека и машины, нескольких машин, одновременное участие в трудовом процессе обеих рук исполнителя);
- принцип экономии мускульной и нервной энергии (исключение из трудового процесса лишних приемов, трудовых действий и движений);
- принцип плановости и предупредительности обслуживания рабочих мест (согласование во времени и установлении строгого регламента выполнения основных и вспомогательных работ);
- принцип соответствия работника выполняемой работе;
- принцип оптимальной производительности работы оборудования;
- принцип оптимального режима труда и отдыха рабочих на производстве.

К аспектам повышения эффективности управления в данном случае также относятся [9]:

-инновации и отношение к риску (присутствует степень поддержания наличие новых инноваций и поощрения риска);

-особое внимание к деталям (степень концентрации к точным деталям, способность к глубокому и точному анализу различных фактов);

-акцент на людей (концентрирование внимания на работниках, на их выполнение задач и развитие);

-акцент на командные методы работы (концентрирование внимания построения работы на предприятии в коллективе);

-поощрение адекватного стремления и соперничества людей в рамках предприятия на производстве;

-стабильность (основные ценности предприятия, куда также входит надежность, стремление и различные виды положительных изменений) [2].

В частности психологические аспекты повышения эффективности управления в промышленности и торговле затрагивают:

-формирование подразделений (групп) с учетом психологической совместимости сотрудников;

-создание комфортного социально-психологического климата в коллективе;

-формирование личной мотивации сотрудников исходя из философии организации;

-минимизация межличностных конфликтов;

-разработка моделей профессионального продвижения сотрудников на основе психологической ориентации;

-рост интеллектуальных способностей и уровня квалификации персонала;

-формирование организационной культуры на основе норм поведения и образов «эффективных» сотрудников. Таким образом, эффективное управление человеческими ресурсами, состоящими из совокупности высокоразвитых и интеллектуальных личностей, предполагает знание и понимания экономических и социально-психологических аспектов повышения эффективности самого управления предприятием, постановку целей развития и разработку критериев эффективности производственной деятельности, обоснование психологических

нормативов, создание методов планирования социально-психологического климата и достижения конечных результатов. Каждому предприятию для полноценной эффективности необходимо сформулировать, пропагандировать и развивать собственные миссии [1].

Список литературы

1. *Грудистова Е.Г.* К вопросу об управлении организационной культурой // Известия Иркутской государственной экономической академии. Белгород: Изд-во Новосибирский национальный исследовательский государственный университет. 2012. №2. С. 37-40.

2. *Гулей И.А.* Формирование и развитие организационной культуры в инновационной среде // Современные исследования социальных проблем. Красноярск: Изд-во Общество с ограниченной ответственностью «Научно-инновационный центр». 2013. №3. С. 71-75.

3. *Гуськова Н.Д., Малясова М.Х.* Система формирования организационной культуры промышленного предприятия на основе этики управления // Лидерство и менеджмент. М.: Изд-во Аст. 2014. №1. С. 27-36.

4. *Есипова О.В.* Место организационной культуры в системе управления предприятием // Вестник Оренбургского государственного университета. Оренбург: Изд-во Оренбургский государственный университет. 2013. №5. С. 105-108.

5. *Ильин Е.П.* Мотивация и мотивы. С-Пб.: Изд-во Питер. 2011. С. 510-512.

6. *Кнорринг В.И.* Теория, практика и искусство управления. М.: Норма, 2007. 528 с.

7. *Маслов В.И.* Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры. М.: Издательство «Финпресс», 2015. 288 с.

8. *Раздорожный А.А.* Управление организацией (предприятием). - М.: Экзамен, 2011. 145с.

9. *Шапиро С.А.* Мотивация и стимулирование персонала. – М.: ГроссМедиа, 2011. 224с.

10. *Шуплецов А.Ф., Харитонова П.В.* Организационная культура предпринимательской деятельности компании и ее влияние на эффективность результатов хозяйствования // Известия Иркутской государственной экономической академии. Иркутск: Изд-во Байкальский государственный университет. 2012. №3. С. 86-90.

УДК 331.485

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИГРЫ В ТРЕНИНГОВОЙ РАБОТЕ С СОТРУДНИКАМИ КРУПНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ — МЕХАНИЗМЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ
PSYCHOLOGICAL GAMES IN THE TRAINING WORK WITH EMPLOYEES OF MAJOR ORGANIZATIONS — THE MECHANISMS AND EFFECTIVENESS

Владимир Владимирович Тимохин *, Евгения Александровна Степанова **
Vladimir Vladimirovich Timokhin *, Evgeniya Aleksandrovna Stepanova **

**Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, Москва*
**The Kosygin State University of Russia, Moscow*
(e-mail: bbt74@bk.ru)
*** Inventive retail group, Россия, Москва*
*** Inventive retail group, Russia, Moscow*
(e-mail: evg439@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрено значение таких психологических характеристик, как толерантность к неопределённости и тревожность для эффективности деятельности сотрудников организаций. Представлены психологические механизмы игр. В эмпирическом исследовании показана эффективность использования психологических игр в тренинге для повышения толерантности к неопределённости и снижения тревожности сотрудников крупных организаций.

Abstract: Discusses the importance of such psychological characteristics, such as tolerance for ambiguity and anxiety for the effectiveness of the organizations ' employees. Presented psychological mechanisms of games. The empirical study shows the effectiveness of the use of psychological games in the training to increase tolerance for ambiguity and reduce the anxiety employees of large organizations.

Ключевые слова: психологические игры, тренинг, толерантность к неопределённости, тревожность, сотрудники организации.

Keywords: psychological games, training, tolerance for ambiguity, anxiety, employees of the organization.

В настоящее время, в связи с падением спроса конечных потребителей, вызванного общим экономическим кризисом [8], перед руководителями компаний, занимающихся розничной торговлей (ритейлом) стоит важная задача по оптимизации бизнеса и, в частности, повышения качества персонала. Личные качества сотрудников, их инициативность и готовность находить правильные решения в нестандартных ситуациях играют особо важную роль в управлении такими компаниями. Сотрудники сетей торговых точек, работая в отрыве от головного офиса и высшего руководства, вынуждены ежедневно самостоятельно принимать множество решений, непосредственно влияющих на благополучие компании.

Тренинговая работа в организациях является частью внутрикорпоративного обучения, и положительно влияет на финансовые показатели компании, повышает её конкурентноспособность. Классический тренинг, как формирование необходимых для работы навыков, позволяет сотрудникам приобрести и закрепить новые умения, усиливает их мотивацию, адаптироваться в организации и познакомиться со стандартами компании [2]. В то же время, классический тренинг имеет и свои недостатки. Он требует систематического и длительного проведения, не столь эффективен в коррекции личностных характеристик сотрудников, что, как мы показали выше, так же может быть очень важным для благополучия компании [4].

Для повышения эффективности тренинга используются психологические игры, в частности игры деловые. Они позволяют имитировать реальные ситуации из профессиональной деятельности и житейского опыта [7]. Обучение в деятельности позволяет сократить его время и повысить эффективность. Что помогает компаниям нести меньшие издержки, связанные с оплатой работы специалиста, ведущего тренинги, и отрывом от работы участвующих в тренинге сотрудников. К тому же, применение психологических игр, как части социально-психологического тренинга, потенциально эффективнее при коррекции требуемых личных качеств сотрудников [6]. Оценке такой эффективности посвящено наше исследование.

Эмпирическое исследование проводилось в процессе тренинговой работы с сотрудниками розничных магазинов компании Inventive retail group. 36 человек составили экспериментальную группу, при проведении тренингов, в которых они участвовали, широко использовались психологические игры. 27 человек составили контрольную группу, при проведении тренингов, в которых они участвовали, психологические игры не использовались. Таким образом, в исследовании приняли участие 63 человека, в возрасте от 21 до 28 лет, 57% мужчин, 43% женщин. Эффективность использования психологических игр в тренинговой работе оценивалась по динамике у испытуемых таких личностных качеств, как толерантность к неопределённости и тревожность.

Толерантность к неопределённости является важным качеством для сотрудников организаций. Это качество проявляется в эмоциональной и интеллектуальной готовности принимать новое, восприятии кризисных ситуаций, не имющих готовых сценариев решения, не как препятствий для деятельности, а как возможности роста. Соответственно, интолерантность к неопределённости связана со страхом нестандартных ситуаций, неготовности к росту, отсут-

ствием инициативы (Показатели толерантности к неопределённости выявлялись при помощи методики Д. МакЛейна в врсии Е.Г. Луковицкой [3].

Тревожность традиционно в психологии разделяют на ситуативную тревогу, связанную с актуальной ситуацией и личностную тревожность, как устойчивое качество личности. Эти параметры тесно связаны друг с другом и оказывают значимое влияние на эффективность деятельности сотрудника, поскольку высокий уровень тревоги, за счёт механизма аффективного торможения когнитивных процессов, мешает сотруднику принимать своевременные и адекватные решения в нестандартных ситуациях или ситуациях неочевидного выбора [5]. Ситуативная и личностная тревожность выявлялись при помощи методики Ч.Д. Спилбергера в адаптации Ю.Л. Ханина [1]. Полученные в результате исследования данные были подвергнуты статистическим процедурам. Анализ нормальности распределения данных по критерию W Шапиро-Уилка показал, что показатели толерантности к неопределённости в контрольной группе распределены не по нормальному закону, и расчет значимости изменений этого параметра проводился с использованием непараметрического критерия Вилкоксона для двух связанных переменных. Остальные данные распределены по нормальному закону и значимость их изменений выявлялась по t-критерию Стьюдента для связанных выборок. Изменения признавались статистически значимыми при $p<0,05$.

Анализ изменений в экспериментальной и контрольной группах показал статистически значимое повышение толерантности к неопределённости и снижение ситуативной и личностной тревоги, не зависимо от использования психологических игр в тренинге. Данные результаты и их статистическая значимость представлены в табл. 1.

Таблица 1. Динамика толерантности к неопределённости и тревожности у испытуемых в экспериментальной (Э) и контрольной (К) группах

Показатель	Группа	Среднее значение в группе		Статистическая значимость (p)
		До тренинга	После тренинга	
Толерантность к неопределённости	Э	4,74	11,07	0,000
	К	4,33	7,11	0,007
Ситуативная тревога	Э	46,19	39,07	0,000
	К	46,14	43,17	0,000
Личностная тревожность	Э	42,93	31,30	0,000
	К	43,61	40,56	0,000

Поскольку обе группы продемонстрировали значимые изменения выявляемых параметров, была вычислена динамика показателей каждого испытуемого и произведено сравнение групп по этому признаку. Проверка по критерию W Шапиро-Уилка показала, что данные о динамике показателей распределены не по нормальному закону, и расчет значимости различий между группами проводился при помощи непараметрического U-критерия Манна-Уитни для несвязанных выборок. Различия признавались статистически значимыми при $p<0,05$. Статистический анализ показал, что рост толерантности к неопределённости и снижение ситуативной и личностной тревоги в экспериментальной группе значимо больше, чем в контрольной. Данные результаты и их статистическая значимость представлены в табл. 2.

Таблица 2. Сравнение экспериментальной и контрольной групп по динамике толерантности к неопределённости и тревожности у испытуемых

Показатель	Среднее значение динамики показателя		Статистическая значимость (p)
	Экспериментальная	Контрольная	
Толерантность к неопределённости	+6,33	+2,78	0,003
Ситуативная тревога	-7,11	-2,97	0,000
Личностная тревожность	-11,63	-3,06	0,000

На основании данных, полученных в ходе исследования, можно сделать вывод, что тренинговая работа сама по себе эффективна в целях повышения толерантности к неопределённости и снижения тревожности у сотрудников, которые в ней участвуют. А использование психологических игр значимо усиливает эту эффективность.

Список литературы

1. *Батаршев А.В.* Базовые психологические свойства и самоопределение личности: Практическое руководство по психологической диагностике. СПб.: Речь, 2005. С.44-49.

2. *Васина Н.В., Басманова Н.И., Комаров А.И.* Особенности социально-психологической адаптации молодых специалистов к банковской деятельности // Человеческий капитал. 2014. №11 (71). С. 57-61.

3. *Луковицкая Е.Г.* Социально-психологическое значение толерантности к неопределенности. Дис. … канд. псих. наук, М.: 1998. 173 с.

4. *Майстер Н.П., Заболотских А.В.* Оценка эффективности тренинга // Труды Международного симпозиума «Надежность и качество». Т2. 2012. С.368-370.

5. *Спилбергер Ч.Д.* Концептуальные и методологические проблемы исследования тревоги // Стресс и тревога в спорте: Международный сб. научных статей./Сост. Ю.Л. Ханин. М.: Физкультура и спорт, 1983. 288 с.

6. *Степанова Е.А., Тимохин В.В.* Использование психологических игр в тренинговой работе // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации сборник материалов Всероссийского научного форума молодых исследователей. 2016. С. 171-173.

7. *Чеглакова Л.С.* Применение деловых игр в подготовке специалистов экономических профилей // Концепт. №4. 2012. С.2-7.

8. *Шоломицкая Е.В.* Влияние ключевых макроэкономических шоков на инвестиции в России // Экономический журнал ВШЭ. 2017. Т. 21. № 1. С. 89–113.

УДК 659.1

МЕДИАБАИНГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ
MEDIABAGING AS A METHOD OF INCREASING THE EFFICIENCY OF ADVERTISING CAMPAIGNS

Светлана Петровна Усик
Svetlana Petrovna Usyk

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

Аннотация: Рассмотрены способы размещения рекламных материалов с использования услуг внутренних медиабаеров или сторонних специализированных медиабаинговых агентств, которые предлагают рекламные площади определенными пакетами, что значительно снижает затраты рекламодателя и повышает эффективность рекламных кампаний в целом.

Annotation: The ways of placing advertising materials using the services of internal media publishers or third-party specialized media buying agencies that offer advertising spaces in certain packages are considered, which significantly reduces the advertiser's expenses and raises the effectiveness of advertising campaigns in general.

Ключевые слова: рекламная кампания, рекламодатель, эффективность, медиабаинг.

Keywords: advertising campaign, advertiser, efficiency, media buying.

Качественная информационная поддержка рекламной кампании – это результат грамотного медиапланирования и оперативного размещения рекламных и PR-материалов в средствах массовой информации. Размещая рекламные материалы в СМИ, компания-рекламодатель должна принять важное стратегическое решение: делать это самостоятельно, используя внутренние возможности, или обратиться в специализированное агентство.

Медиабаинг – это приобретение эфирного времени или рекламных площадей оптом. Продажу времени и площадей называют медиаселлингом. Продажей рекламных возможностей могут заниматься как сами компании с помощью собственной рекламной службы (внутренние медиаселлеры), так и специализированные рекламные агентства (внешние медиаселлеры). Также может быть комбинированная схема внутреннего и внешнего медиаселлинга [1]. Такого рода операции выгодны и продавцам, и покупателям рекламных площадей. Продавцы в лице рекламных агентств, собственников рекламных конструкций и СМИ получают уверенность в том, что все их площади и эфирное время будут гарантированно проданы. Покупатели рекламных ресурсов могут рассчитывать на эксклюзивную скидку, поскольку совершают оптовую закупку. Выигрывает от данной операции и рекламодатель – заказывая размещение рекламы, он вправе рассчитывать на то, что медиабаер также предоставит ему скидку. Сам процесс медиабаинга достаточно сложен и длителен. В связи с этим компания-рекламодатель должна четко понимать форму его организации и особенности процесса медиабаинга дла разных медиаканалов.

Есть несколько путей закупок рекламного пространства – медиабаинга. Они определены спецификой продаж конкретных носителей [2]. Как правило, самый сложный вид медиабаинга – это покупка эфирного времени на телевидении. Учет эфирной сетки на телевидении во многом определяется тем, каким образом распределяется эфирное время. Существует два способа его покупки: оплата рейтингов и оплата времени трансляции. Последний способ – наиболее простой, так как платить нужно за минуту эфирного времени. Конечно же, цена минуты зависит от ряда факторов, в особенности, от времени трансляции. Второй же способ основан на покупке и продаже рейтингов. Ценой рейтинга принято считать стоимость демонстрации ролика, который набрал рейтинг 1%. Расценки устанавливаются в зависимости от размера рекламы базового рейтинга, целевой аудитории и стоимости одного пункта рейтинга. Размер рекламы обычно не превышает 30 секунд. Цена одного пункта рейтинга определяется рыночным спросом.

Эфирное время на радио оплачивают за каждую минуту по специальному прайс-листу. В отличие от телевидения, наиболее выгодно закупать эфирное время утром, поскольку утренние часы считаются на радио прайм-таймом.

Цена на покупку рекламных мест в печатных изданиях формируется в зависимости от его площади. Баеры выкупают целые полосы и колонки, а рекламодателям продают уже нарезанные макеты определённого размера. Стоимость такой покупки зависит от ряда факторов: тираж, регион, индексы соответствия, цветность, цена за тысячу контактов и т.д.

Баинг площадей наружной рекламы, а также покупка рекламных площадей на транспорте, в метро и т.д. имеет свою специфику. Стоимость баинга конструкций наружной рекламы зависит от таких факторов, как размер конструкции, материал, из которого она изготовлена, а самое главное – место расположения.

На сегодняшний день рекламные площади в интернете являются самым развивающимся и популярным видом баинга, так как он связан с приобретением места для рекламных баннеров компаний. С повышением активности рекламы в интернете, увеличилась и отрасль баинга в интернете. Стоимость площадок зависит от целевой аудитории и посещаемости ресурса, на котором размещается реклама. Оплата может исчисляться исходя из периода размещения, количества показов, переходов, совершённых действий или звонков от покупате-

лей. Однако чаще всего стоимость рассчитывается в зависимости от числа просмотров и кликов по рекламе [3]. Услуги медиабаинга могут предоставлять специализированные агентства по баингу, сетевые и локальные рекламные агентства. Клиентами медиабаинговых агентств считаются рекламные агентства и прямые рекламодатели. Как правило, рекламные агентства объединяются для покупки льготных условий на размещение рекламы на определенном месте. Также компании-рекламодатели могут нанимать специальных работников по закупкам рекламного пространства – медиабайеров. Они знают все нюансы работы с продавцами рекламы, многое функции выполняют опираясь на личные связи с представителями рекламоносителей. Компании, имея внутренних специалистов, экономят денежные средства, получают более свежую информацию, имеют определенную гибкость в решениях, сокращают время прохождения финансовых потоков [4]. Использование внешних медиаберов может быть выгодным за счет очень больших скидок, получаемых специализированным агентством от представляемого им носителя. Также внешние медиабайеры могут иметь больше информации о новых носителях. Как правило, лучшие профессиональные кадры работают в компаниях – внешних медиабаерах.

Медиабаинговые агентства в Росси сегодня предлагают обширный перечень услуг, а именно: анализ специфики целевой аудитории; подбор наиболее интересных для целевой аудитории тематических ресурсов; расстановка приоритетов рекламных площадок с учетом целей и бюджета; определение оптимального времени и места появления рекламы с учетом особенностей целевой аудитории; контроль размещения, отчетность и оценка эффективности. Достоинствами медиабаинга считаются активация продаж, планирование объемов продаж, уникальная система распределения скидок, оптимизация финансовых потоков. А к недостаткам относят – риски, низкий уровень развития этой отрасли, тесную связь СМИ с медиабаером, зависимость имиджа от добросовестности и точности работы [4].

Основные способы снижения стоимости размещения рекламных материалов с использованием преимуществ медиабаинга [5]:

- закупка пространств в новых носителях, которые из-за отсутствия точных данных обычно недооценены. Например, в новых передачах, новых услугах старых носителей, которые, возможно, наберут высокие рейтинги;
- закупка большого объема рекламы с получением скидки;
- использование бартерных схем, спонсорство, обмен, когда после закупки большого объема часть рекламы обменивается с другими рекламодателями.

В соответствии с содержанием и объемом планируемых рекламных мероприятий специалисты медиабаинговых агентств подбирают оптимальные варианты размещения, разрабатывают идею и концепцию рекламного сообщения, составляют медиаплан, рекомендуют наиболее подходящие каналы коммуникации, контролируют каждый этап проведения рекламной кампании и отслеживают ее эффективность. Таким образом, обращение рекламодателей к специализированным агентствам может значительно повысить эффективность рекламной кампании.

Список литературы

1. *Галанин С.Ф., Хакимова А.С.* Тенденции развития рекламного рынка в России // Российская школа связей с общественностью. 2016. Т. 8. С. 42-52.

2. *Смалюк В.А.* Состояние рынка медиапланирования в России // Экономическая среда. 2016. №. 2. С. 83-85.

3. *Кетова Н.П.* Специфика современных медийных услуг, тенденции развития их рынка в России // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2016. №. 2.

4. *Шматов Г.А.* Модели теории медиапланирования и вычисление рисков размещения рекламы // Реклама. Теория и практика. 2017. Т. 1. С. 12-23.

5. *Петрова И.В., Зотова О.И.* Совершенствование каналов медиапланирования // Вестник Тульского филиала Фин.университета. 2016. №. 1. С. 159-162.

Научное издание

Международный научно-технический Форум
ПЕРВЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОСЫГИНСКИЕ ЧТЕНИЯ - 2017

Тематика чтений
«СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ ИНЖЕНЕРНЫХ НАУК»

Международный научно-технический симпозиум
«ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

Сборник научных трудов

11 - 12 октября 2017 года

Технический редактор Зернова Л.Е.
Компьютерная верстка и макет Николаева Н.А.

Материалы публикуются в авторской редакции