

ВЕСТНИК

Московского университета
имени С.Ю. Витте. Серия 1.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

2019
2(29)

ISSN 2587-554X

Эп № ФС77-68097



ISSN 2587-554X

Эл № ФС77-68097

Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление

№ 2 (29)' 2019

Электронный научный журнал (Электронное периодическое издание)

Главный редактор:

Зуева И.А.

Редакционный совет:

Председатель – *Малышев Н.Г., чл.-корр. РАН, д-р техн. наук, проф. (Московский университет им. С.Ю. Витте);*

Заместитель председателя – *Семенов А.В., д-р экон. наук, проф. (Московский университет им. С.Ю. Витте);*

Заместитель председателя – *Руденко Ю.С., д-р пед. наук, проф. (Московский университет им. С.Ю. Витте);*

Заместитель председателя – *Пилипенко П.П., д-р экон. наук, проф. (ИМПЭ им. А.С. Грибоедова);*

Гринберг Р.С., д-р экон. наук, проф., чл.-корр. РАН, академик Международной академии менеджмента (Институт экономики РАН);

Крылатых Э.Н., д-р экон. наук, проф., академик РАН;

Ломакин М.И., д-р техн. наук, д-р экон. наук, проф. (ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»);

Тебекин А.В., д-р техн. наук, д-р экон. наук, проф. (Институт экономики РАН);

Новицкий Н.А., д-р экон. наук, проф. (Институт экономики РАН);

Макрусев В.В., д-р физ.-мат. наук, проф., Почетный работник высшего профессионального образования (Российская таможенная академия);

Разовский Ю.В., д-р экон. наук, академик РАЕН, проф. (Гжельский государственный университет);

Кочетов Э.Г., д-р экон. наук, академик РАЕН (Центр по геоэкономике и глобалистике);

Русак Е.С., канд. экон. наук (Академия управления при Президенте Республики Беларусь);

Сухина Е.Н., канд. экон. наук (Институт экономики природопользования и устойчивого развития Национальной академии наук Украины);

Балтов М., д-р, PhD, проф. (Бургасский свободный университет, Болгария);

Колитары И., д-р, проф. (Тиранский аграрный университет, Албания).

Все права на размножение и распространение в любой форме остаются за издательством.

Нелегальное копирование и использование данного продукта запрещено.

Системные требования: PC не ниже класса Pentium III; 256 Mb RAM; свободное место на HDD 32 Mb; Windows 98/XP/7/10; Adobe Acrobat Reader; дисковод CD-ROM 2X и выше; мышь.

© ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

МЕТОДОЛОГИЯ СИСТЕМНОЙ ПАРАДИГМЫ И КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ГУМАНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ	7
<i>Салихов Борис Варисович</i>	
РАЗРАБОТКА МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	16
<i>Акимов Владимир Викторович, Белоусова Элла Валерьевна</i>	
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	24
<i>Луковникова Наталья Сергеевна, Полянский Семен Яковлевич</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ НАЙМА И ОТБОРА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ	31
<i>Рубан Марк Станиславович, Хованская Инна Дмитриевна</i>	
МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ	37
<i>Цымбулова Мария Сергеевна</i>	
АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА В КОМПАНИЯХ САЛОННОГО БИЗНЕСА НА ПЛАТФОРМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ»	45
<i>Львова Галина Николаевна</i>	

ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ГЕРМАНИИ	52
<i>Бондаренко Ирина Станиславовна, Бурковский Владислав Игоревич, Поздняков Александр Александрович</i>	
ОЦЕНКА ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ МЕДНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ	60
<i>Зубец Антон Желькович, Половинкина Елена Семёновна</i>	

УПРАВЛЕНИЕ

ОЦЕНКА МЕТОДОВ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	71
<i>Тебекин Алексей Васильевич</i>	
РЕОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ	82
<i>Алексеев Александр Николаевич, Королёв Григорий Вячеславович</i>	
СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ ФРАНЧАЙЗИНГА	87
<i>Рязанов Александр Анатольевич</i>	

АЛГОРИТМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОДУКТА В РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ.....	94
<i>Бурыкин Евгений Сергеевич</i>	
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ	101
<i>Шибаршина Ольга Юрьевна</i>	

CONTENTS

ECONOMY

THE METHODOLOGY OF THE SYSTEM PARADIGM AND THE COGNITIVE ASPECTS OF A MODERN ECONOMY HUMANIZATION.....	7
<i>Salikhov B.V.</i>	
DEVELOPMENT OF METHODOLOGICAL GROUNDS SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES	16
<i>Akimov V.V., Belousova E.V.</i>	
MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS AND EVALUATING THEIR EFFECTIVENESS	24
<i>Lukovnikova N.S., Polyansky S.Ya.</i>	
IMPROVING THE RECRUITMENT AND SELECTION OF STAFF	31
<i>Ruban M.S., Khovanskaya I.D.</i>	
METHODS OF QUALITY EVALUATION IN PRESCHOOL EDUCATIONAL INSTITUTIONS ACTIVITY.....	37
<i>Tsymbolova M.S.</i>	
AUTOMATION OF ACCOUNTING IN COMPANIES SALON BUSINESS ON THE PLATFORM «1C: ENTERPRISE».....	45
<i>Lvova G.N.</i>	

DOMESTIC AND FOREIGN TRADE

ANALYSIS OF RUSSIAN FEDERATION AND GERMANY ECONOMIES COMPETITIVENESS	53
<i>Bondarenko I.S., Burkovsky V.I., Pozdnyakov A.A.</i>	
THE ESTIMATE OF DEMAND ELASTIC FOR THE PRODUCTS OF COPPER INDUSTRY ON INTERNATIONAL MARKET	60
<i>Zubecs A.J., Polovinkina E.S.</i>	

MANAGEMENT

EVALUATION OF CRISIS MANAGEMENT METHODS BASED ON QUALITY INDICATORS OF ENTERPRISES	71
<i>Tebekin A.V.</i>	
REORGANIZATION OF ENTERPRISES IN THE DIGITAL AGE.....	82
<i>Alekseev A.A., Korolev G.V.</i>	
MODERN TYPES OF FRANCHISING	87
<i>Ryazanov A.A.</i>	

ALGORITHM OF USING COMPETITIVE ADVANTAGES OF A PRODUCT IN ADVERTISING COMMUNICATIONS.....	94
<i>Burykin E.S.</i>	
MODERN PROBLEMS OF RUSSIAN YOUNG EMPLOYMENT.....	101
<i>Shibarshina O.Y.</i>	

МЕТОДОЛОГИЯ СИСТЕМНОЙ ПАРАДИГМЫ И КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ГУМАНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Салихов Борис Варисович,

*д-р экон. наук, профессор,
профессор кафедры экономики городского хозяйства и сферы обслуживания,
e-mail: mgsusalikhov@yandex.ru,
Московский университет им. С.Ю. Витте,
профессор кафедры теории регионоведения,
Московский государственный лингвистический университет, г. Москва*

Целью статьи является доказательство необходимости качественного обновления системы образования, призванного расширенно воссоздавать систему непередаваемого неявного знания как когнитивную основу креативного капитала и достойной жизни человека. Методологическим основанием работы является междисциплинарный и структуралистский подход к анализу когнитивных аспектов гуманизации современной экономики. Научная новизна результатов логико-гносеологического исследования заключается: во-первых, в применении методологии системной парадигмы к анализу гуманизации экономики; во-вторых, в характеристике экономики гуманистических знаний как основания достойной жизни домохозяйства, а также достойного бытия цивилизации и природы; в-третьих, в интерпретации качественной целостности знаний, обеспечивающих гуманизацию экономики. Научно-практическое значение работы состоит в обосновании необходимости качественного обновления и ускоренного развития креативных форм образовательной деятельности.

Ключевые слова: гуманизация экономики, системная парадигма, достойная жизнь, непередаваемое неявное знание, креативная элита, когерентность и комплементарность знаний и компетенций, экономическая антропология

THE METHODOLOGY OF THE SYSTEM PARADIGM AND THE COGNITIVE ASPECTS OF A MODERN ECONOMY HUMANIZATION

Salikhov B.V.,

*doctor of economics, professor,
professor of urban economics and service areas department
e-mail: mgsusalikhov@yandex.ru,
of the Moscow Witte University, Moscow
professor of theory of region studies department of the Moscow state linguistic University, Moscow*

The purpose of the article is to prove the need for a qualitative renewal of the education system, designed to recreate the system of inexpressible implicit knowledge as the cognitive basis of creative capital and a decent human life. The methodological basis of the work is an interdisciplinary approach to the analysis of the cognitive aspects of the humanization of the modern economy. The scientific novelty of the results of the logical-epistemological research consists of: firstly, in applying the methodology of the system paradigm to the analysis of the humanization of the economy; secondly, in the characterization of the economy of humanistic knowledge as the basis for a decent life of a household, as well as a decent civilization and nature; thirdly, in the interpretation of the qualitative integrity of knowledge that ensures the humanization of the economy. The scientific and practical importance of the work consists in substantiating the need for a qualitative renewal and accelerated development of creative forms of educational activity.

Keywords: humanization of the economy, systemic paradigm, decent life, inexpressible implicit knowledge, creative elite, coherence and complementarity of knowledge and competencies, economic anthropology

В общем плане, под *экономикой гуманизма* резонно понимать общественную форму отношений между людьми в сфере воспроизводства благ, *на деле* обеспечивающих всестороннее развитие человека. Общественная форма отношений здесь предстает в качестве релевантного институционального капитала, обеспечивающего ожидаемое качество всех форм и видов, соответствующих императивам гуманизма, социально-экономических взаимодействий. Можно констатировать, что *экономика гуманизма* есть экономика, нацеленная на всестороннее развитие человека и заключающая в себе императивы, а также содержательные элементы (свойства, характеристики, инструменты и механизмы) такого развития. Экономика гуманизма есть экономика антропоцентризма, где все творчески-трудоовые начинания и инновации тестируются на предмет реального вклада в развитие человека и общества в целом, причем в гармонии с живой и неживой природой. При этом важнейшую роль призван играть именно капитал формальных и неформальных институтов, обеспечивающих эффективность и интенсивность всех соответствующих трансакций.

Что касается *гуманизации экономики*, то здесь имеется в виду некий механизм, заключающий в себе множество комплементарных инструментов и методов формирования системы экономики, четко ориентированной на всестороннее развитие человека, на становление его достойной жизни. В самом широком плане, процесс формирования экономики гуманизма, то есть гуманизация экономики, включает в себя множество элементов, требующих специального рассмотрения. При этом отметим, что гуманизация экономики невозможна без создания релевантной когнитивной системы и отраслевой структуры экономики, без превращения экономических агентов всех уровней в реальных собственников, прежде всего, своих человеческих и/или креативно-интеллектуальных капиталов. Кроме того, гуманизация экономики предполагает развитие разумных потребностей домохозяйств в жизненных благах, создание элементов вещественного капитала с набором свойств, требуемого эргономического качества, институционализацию условий, обеспечивающих наиболее полную самореализацию экономических агентов [1]. Таким образом, можно констатировать, что *экономика гуманизма есть закономерный результат гуманизации экономики*, и что качественная целостность экономики гуманизма есть функция системы инструментов, способов и форм гуманизации экономики.

Экономика гуманизма и гуманизация экономики могут быть интерпретированы и, в качественном смысле, целостно охарактеризованы в рамках *методологического и научно-практического концепта системной парадигмы, то есть в рамках системы проекта, среды, объекта, процесса и субъекта* [6]. В сфере «системы проекта» речь, очевидно, должна идти о создании экономики гуманизма как интеллектуальной экономики и одноименной цивилизации, призванных обеспечить реальный социально-гуманитарный прогресс при наиболее полном использовании *сущностных сил человека*. В экономическом смысле, качественная целостность интеллектуальной экономики и интеллектуальной цивилизации основывается на воспроизводимых факторах производства при ведущей роли человеческого (креативно-интеллектуального) капитала, о чем немало сказано в релевантной литературе [4]. Подчеркнем, что проект интеллектуальной экономики есть проект гуманистический по своей сути, ибо базируется на «джентльменском» отношении человека к самому себе, экономике и природе. Отсюда и проистекает вывод о том, что интеллектуальная экономика есть экономика человеческого эндогенного (воспроизводство самого себя) и экзогенного (воспроизводство развивающей среды обитания) созидания.

В рамках «системы среды» экономика гуманизма и гуманизация экономики характеризуются, прежде всего, как *гуманистически нацеленный институциональный капитал*, воспроизводство и функционирование которого осуществляется в русле формирования и развития антропоцентризма и социэкономии. В частности, речь может идти о гуманистической системе собственности, состоящей из равновесного состояния всех ее ключевых форм (личной, частной, общенациональной и мировой) при реализации императивов их соответствующей защиты. Кроме того, система среды может включать в себя такой «стыковой» с институтами ментально-смысловой и социокультурный комплекс, как многоуровневое доверие, обеспечивающее высокое качество всех видов социально-сетевых и иных трансакций [11]. Если использовать известную метафору Дж. Кейнса, то система среды призвана обеспечить «жизнерадостность» инвесторам и всем экономическим агентам [5]; эта среда должна стать фактором расширенного воссоздания индивидуального, корпоративного и общенационального оптимизма, то есть уверенности в своих силах и творчески-трудоовых возможностях.

Говоря о «системе объекта», экономика гуманизма и гуманизация экономики есть определенная совокупность «центров притяжения» конкретных объектных форм управленческого воздействия. Прежде всего, имеется в виду система отраслевых приоритетов гуманитарно-экономического развития: а) отрасли экономики, обеспечивающие домохозяйства традиционными товарами и услугами, воссоздаваемыми по стандартам наивысшего качества; б) культурно-научно-образовательная система отраслей, в рамках которых осуществляется расширенное воспроизводство человеческого капитала ноосферного качества; в) перечень отраслей и производств, воспроизводящих современные инструменты когнитивной и производственной деятельности, включая релевантные цифровые технологии [8, 13]. В перечне названных отраслей, безусловный приоритет принадлежит собственно сектору, в рамках которого воспроизводятся знания и компетенции человека как субъекта экономики в широком смысле. Таким образом, объектная структура экономической гуманизации состоит из человекоориентированных отраслей и производств, где ключевыми являются структуры, осуществляющие непосредственное воздействие на качество «креативного симптомокомплекса» экономического агента [2].

В рамках «системы процесса» следует выделить инструменты и механизмы, обеспечивающие ожидаемую скорость и требуемую масштабность функционирования экономики в интересах удовлетворения экзистенциальных потребностей человека. К таким процессным формам следует отнести, прежде всего, *множество социально-сетевых взаимодействий*, обеспечивающих «интеллектуальное трение», или «перекрестное опыление интеллекта», что способствует ускоренному воспроизводству гуманистически нацеленных явных и неявных знаний экономических агентов всех уровней [3]. Важнейшим процессным способом воссоздания *непередаваемых, но воплощаемых неявных знаний* является наставничество, как длительное живое взаимодействие собственников человеческих капиталов. Априори полагая, что все субъекты развивающего обмена-общения обладают ноосферными ценностными смыслами, резонно ожидать высокое качество, расширенно воссоздаваемых креативно-интеллектуальных капиталов. К процессным формам гуманизации экономики следует также отнести весь набор воспроизводственных технологий, обеспечивающих не только создание полезных продуктов, но и воссоздающих *высокое эргономическое качество экономической деятельности*, в рамках которой человек не находится «на службе» у машин и оборудования, а является действительным руководителем всех технологических процессов.

Применительно к «системе субъекта», важно отметить, что гуманизацию экономики осуществляет сам человек, уполномоченный «самим собой». В практическом и предельно глубоком плане, такова основная задача *мировой, национальной и корпоративной креативно-интеллектуальной элиты*, призванной воспроизводить созидательные ценностно-смысловые модели экономической и любой другой деятельности человека. В данном случае созидательные (ноосферные) идеи важнее утилитарно-экономических, или плутократических интересов [10]. Ключевая задача креативной элиты заключается в расширенном воссоздании духовно-нравственных смыслов экономической деятельности, *в развитии ноосферного смыслопроизводства* в противоположность действующим ментально-ценностным установкам анти-ноосферной хозяйственной деятельности с растущим объемом отрицательных социальных и природных экстерналий [14]. Развитие «системы субъекта» здесь заключается в непрерывном и масштабном воссоздании собственников человеческого (креативно-интеллектуального) капитала, качественная целостность которого характеризуется творчески-трудовой экологией. Резонно заключить, что в онтологическом смысле экономика гуманизма (креативно-интеллектуальная экономика) будет создана тогда, когда в обществе сформируется полноценный креативный класс, представители которого будут обладать созидательной творчески-трудовой экологией как конституирующим признаком принадлежности к данному классу.

Известно, что социально-экономический и в целом общественный прогресс есть результат *когнитивного развития человека*, то есть функция неуклонного и последовательного повышения уровня его знаний и компетенций, а также способности к познанию как способу расширенного воссоздания этих знаний и компетенций [9]. Качественная целостность экономики гуманизма, а также императивы гуманизации экономики нацеливают на выявление и анализ *гуманизации когнитивной деятельности человека* как субъекта экономических отношений. Сказанное означает, что познавательная и преобразующая деятельность человека в воспроизводственной сфере должна осуществляться в рамках *ноосфер-*

ных требований, то есть при жестком соблюдении императивов внешней (экзогенной) и внутренней (эндогенной) экологии. *Целевой функцией гуманизации когнитивной деятельности* человека как субъекта экономики является обеспечение органического единства, качественной целостности и когерентности «триады достоинств».

Во-первых, необходимо обеспечить *достойную жизнь каждой личности и домохозяйству*; в этом состоит ключевая функция гуманизации экономики и заключается интегральный критерий создания экономики гуманизма. Отсюда когнитивный аспект формирования и развития достойной жизни человека состоит в расширенном воссоздании релевантных знаний о сущности и содержании феномена «достойной жизни», а также о путях и механизмах ее становления. В первом приближении, достойная жизнь человека есть его бытие в соответствии с его ценностно-смысловым, именно высшим предназначением как *созидателя своей творчески-трудовой судьбы* в рамках природных задатков и благоприобретенных социальных свойств. Очевидно, что достойная жизнь, или «жизнь, достойная высокого звания человека», или «жизнь, достойная сути человеческого предназначения», или «жизнь с безусловным приоритетом достоинства духовных смыслов человеческого бытия» не является целостным единством традиционных концептов «уровня» и «качества» жизни. Достойная жизнь представляется явлением гораздо более специфическим, отражающим функцию качества имманентных сил конкретного человека, его уникальности и духовной созидательности. Резонно констатировать, что достойная жизнь человека есть форма и/или способ обеспечения его *эндогенной личностной гармонии*, или гармонии человека как «вещи в себе»; это жизнь человека в «ладу с самим собой». В целом, под достойной жизнью резонно понимать духовно-нравственную форму уровня и качества как такового бытия человека [12].

Во-вторых, следует формировать и постоянно институционально обустраивать *достойное существование цивилизации* как единства всех обществ, наций, социальных общностей и групп. С экономической точки зрения, достойное существование цивилизации означает, как минимум, бережное отношение к «миру людей и вещей», в котором мы живем и хотим развиваться. Когнитивный аспект проблемы заключается в расширенном воссоздании системы знаний о человеке и человечестве, о роли цивилизации в обеспечении созидательной «сцепки» человека и природы. Существующий набор знаний о цивилизации едва ли фиксирует ее созидательную роль в обеспечении гармонии человека и природы, а также гармонии жизни и деятельности различных обществ как системных экономических агентов. В самом общем плане, если под цивилизацией понимать «мир, созданный культурой», то достойное существование цивилизации есть создание мира социально-экономических и других отношений, где, безусловно, господствуют ценности и идеалы гуманизма и творчества, любовь к жизни и устойчивая мотивация к любым формам созидательной деятельности.

В-третьих, необходим такой вектор когнитивного развития человека, чтобы обеспечивалось *достойное бытие среды обитания человека*, то есть всей природы. Когнитивный аспект концепта «достойного бытия природы» заключается в глубоком и всестороннем знании и непрерывном дальнейшем познании объективных законов развития окружающего мира. Достойное бытие природы есть такое ее состояние и развитие, которое не нарушает баланс ее живой и неживой «составляющих», не приводит к деградации среды обитания человека, а напротив, служит для него безграничным пространством для творчески-трудовой самореализации. Нетрудно увидеть, особенно в свете современных тенденций развития взаимодействия человека и природы, что достойное бытие природы пока остается лишь благим пожеланием и императивной задачей, нежели реальной научно-практической функцией неоклассического «человека экономического».

Однако важно понимать, что человеку не дано быть «мудрее и умнее» природы, которая всегда будет для него не только «родительским домом», но и неиссякаемым источником познания и развития. Но так, к сожалению, получается, что человек часто ведет себя как «неразумное дитя», забывая корни и истоки собственного происхождения. Как сказал один мыслитель, человек правит миром потому, что ни одно другое животное не способно верить в то, что существует только в воображении – богов, государство, деньги или права человека. Проблема, таким образом, в качестве этого «воображения» и, следовательно, в качестве атрибутов веры, власти и других элементов человеческой духовной и материальной культуры. Очевидно, что формирование и развитие достойного бытия природы есть задача духовно-нравственная, ценностно-смысловая, что изначально нацеливает на императивы релевантного смыслопроизводства [7].

Отмеченная «триада достоинств», конечно же, требует углубленного анализа и детального рассмотрения, однако важно отметить ее ключевые свойства.

Первое свойство заключается в каузальной качественной целостности достойной жизни домохозяйств, достойного существования цивилизации и достойного бытия природы. Это означает, что обеспечение достойной жизни личности может быть возможным лишь в том случае, если имеет место одновременное стремление к обеспечению достойного существования обществу и достойного бытия природы. В равной степени, невозможно создать механизм становления достойного бытия природы, если отсутствует запрос на достойное существование человеческой цивилизации и на достойную жизнь каждой личности. При этом отношения каузальности означают, что «достоинство» каждого звена обеспечивается «достоинствами» других звеньев: в частности, достойное бытие природы, есть функция достойного существования цивилизации, которое, в свою очередь, есть результат осознанной человеком необходимости в стремлении к собственной достойной жизни [12].

Второе свойство триады состоит в императиве комплементарности отмеченных ее элементов. Комплементарность означает взаимодополняемость и сочетаемость соответствующих элементов системы, в данном случае, элементов «триады достоинств». Суть заключается в том, что достойная жизнь домохозяйства невозможна, если она осуществляется в условиях господства антиценностей плутократии, при растущей финансиализации хозяйственных отношений, а также с надеждой на мифические силы «рыночного гуманизма» и «рыночной справедливости». В равной степени, невозможно обеспечить достойное бытие природы, если не будет создана «критическая масса» достойно живущих домохозяйств и обществ, мотивированных к сбережению природы и, следовательно, самих себя и будущих поколений от загрязнения окружающей среды, глобального потепления и множества других природных катаклизмов. При этом собственно эффект комплементарности состоит в том, что достойная жизнь домохозяйства органически включает в себя элементы достойного существования цивилизации и достойного бытия природы. В такой же степени и достойное бытие природы есть, по сути, интеграл достойной жизни домохозяйств и всей цивилизации.

Третье свойство триады заключается в когерентности, то есть согласованности во времени всех процессов развития элементов триады. Очевидно, что формирование и дальнейшее совершенствование рассматриваемых «достоинств», не должно происходить анклавно и спорадически. Необходимо обеспечить внутреннее согласование и иерархический порядок соответствующих решений и действий: в частности, мероприятия по становлению достойной жизни домохозяйств (например, развитие системы собственности личности) должны, одновременно, подкрепляться мерами по развитию ценностно-смыслового капитала общества и всей цивилизации (например, формирование «культы» ноосферного творческого созидания). Требования принципа когерентности нацеливают на необходимость регионального и межстранового выравнивания всех элементов «триады достоинств»; в противном случае, будут воссоздаваться такие иррациональные концепты, как, например, теория и практика «золотого миллиарда», что только отдалит человечество от реализации императива достойного существования.

Рассмотренная кратко *целевая функция* гуманизации когнитивной деятельности, заключающаяся в формировании «триады достоинств», является основанием для выявления и характеристики собственно *качества воссоздаваемых знаний* и творчески-трудовых компетенций экономических агентов любого уровня.

Во-первых, это должны быть рамочные знания, непосредственно связанные с поиском путей и разработкой механизмов ноосферного типа воспроизводства и воссоздания отмеченных ранее, достоинств. Сказанное означает, что новейшие знания в области, например, добычи полезных ископаемых, не могут более считаться созидательными и, следовательно, гуманистически ориентированными, поскольку их объективация приводит к разрушению среды обитания человека и цивилизации в целом. В лучшем случае, такие знания могут считаться «переходными», но только в том смысле, что их материализация обеспечит трансформацию природной ренты – в ренту креативно-интеллектуальную; другими словами, доходы от сектора создания природной ренты будут напрямую использоваться для развития отраслей, которые обеспечат производство энергии в рамках производительного потребления исключительно воспроизводимых экономических ресурсов.

*Во-вторых, это должны быть знания высшего порядка, то есть их глубинный уровень призван соответствовать новому качеству решаемых задач ноосферного развития домохозяйств, общества и природы, то есть содержанию и качеству задач ноосферного типа воспроизводства. Очевидно, что речь идет о системе, прежде всего, *непередаваемого неявного знания*, представляющего собой глубинное основание креативности и креативного капитала экономического агента. Это означает, что необходима качественно иная логика и парадигма образовательной деятельности, как в рамках традиционных структур, так и в системе корпоративного обучения. Новое качество экономического и любого другого образования должно заключаться, прежде всего, в его научно-поисковом содержании, а также характеризоваться непрерывностью, масштабностью, междисциплинарностью и «субъективной эндогенностью». Названная «субъективная эндогенность» представляет собой внутренне мотивированное стремление субъекта экономики к постоянному самообучению и точное понимание бесконечности процесса творческого саморазвития. В самом деле, «бесконечно только одно будущее, вечно зовущее, вечно новое, и там тоже есть свой высший момент, которого нужно искать, и это вечное искание и называется жизнью» [15, с. 76].*

*В-третьих, это должны быть расширенно воспроизводимые знания и компетенции, поскольку императив гуманизации экономики объективно обуславливает необходимость воссоздания *непрерывных, масштабных и радикальных инноваций*. Такие инновации возможны только как функция креативного капитала высочайшего качества, как результат развития эндогенных знаний и компетенций о том, как в принципе самостоятельно воспроизводить новые знания и компетенции. Это означает, что основным объектом производства в современной экономике знаний должен стать *креативный капитал* хозяйственного агента любого уровня. Следовательно, на первый план выходит *экономика неявного знания* в системе общей экономики знаний, а в рамках экономики неявного знания, актуализируется *экономика непередаваемого неявного знания*, что требует соответствующих инвестиций и релевантного институционального обеспечения.*

*В-четвертых, это должны быть междисциплинарные и многодисциплинарные, именно *экономико-антропологические знания*, так как система непередаваемого неявного знания, как онтология креативного капитала экономического агента, имеет своим основанием психические свойства, социальные установки, ментально-смысловые конструкты индивида, социальных групп, нации в целом, а также всей человеческой цивилизации. Отсюда «когнитивным артефактом» следует считать действующую образовательную установку на формирование «прочных» профессиональных знаний и компетенций. Видится более резонным концепт, связанный с установкой на формирование *прочных «знаний о знаниях» и «компетенций о компетенциях»*. Это означает, что действующие образовательные технологии, нацеленные на создание базовых и ключевых профессиональных компетенций субъекта обучения, необходимо существенно дополнить и «дорастить» до новейших технологий, нацеленных на расширенное воссоздание *критических креативных компетенций*, обеспечивающих субъекту обучения не только минимизацию рисков в сфере занятости, но и гарантии высокой эффективности любого вида творчески-трудовой деятельности.*

Можно предварительно заключить, что когнитивный «портрет» экономики гуманизма и, следовательно, гуманизации экономики представляет собой *специфический процесс и результат познавательной деятельности*, обеспечивающей экономических агентов (собственников креативно-интеллектуального капитала) такими новыми знаниями и компетенциями, которые объективируются в релевантные требования экономического гуманизма, *экзистенциальные смыслы, ценности, идеологические концепты, а также конечные потребительские товары и услуги*. Таким образом, *экономика гуманистических знаний* и компетенций есть область специфических воспроизводственных отношений, в рамках которой воссоздаются названные смыслы, концепты, товары и услуги. Очевидно, что «системой субъекта», ответственного за качество этих смыслов и соответствующих продуктов, является креативно-интеллектуальная элита цивилизации, нации, региона, корпорации и др. Конкретных представителей этой элиты называют «лучшими людьми страны», «совестью нации», «корпоративными жрецами», «духовными наставниками» и т.д.

Высшей целью экономики гуманистических знаний является создание и развитие знаний о путях, способах и механизмах формирования и развития достойной жизни личности и домохозяйства как

«системы проекта», причем становление достойного существования цивилизации, а также развитие достойного бытия природы здесь выступают как «система среды» для достойной жизни человека. При этом расширенное воссоздание этой системы среды также требует специфической системы гуманистических знаний и компетенций. Поскольку любая экономика, в том числе экономика гуманистических знаний, всегда есть функция определенных инвестиционных решений, то резонно вести речь и о *гуманизации инвестиций, либо гуманистической направленности инвестиционных программ*. Но поскольку экономика знаний непосредственно связана с действующей системой образования в рамках цивилизации, отдельных наций и государств, конкретных корпораций и домохозяйств, то становится императивом решение следующих задач.

Во-первых, учитывая критическую и непрерывно возрастающую роль новейших и быстро обновляемых знаний и компетенций в современном социально-экономическом развитии, научно-образовательная сфера хозяйства должна быть, признана и конституирована как **основная отрасль современной экономики**. Следовательно, именно в этот сектор экономики должны быть направлены инвестиции в объеме, соответствующем высокому качеству развития данной отрасли национального хозяйства. Добавим, что превращение научно-образовательного сектора экономики в критически важную отрасль национального хозяйства, закономерно должно повысить цивилизационный, социальный и профессиональный статус соответствующих работников: ученых-исследователей, учителей и воспитателей, профессорско-преподавательского состава вузов и т.д.

Во-вторых, учитывая растущую скорость обновления знаний в рамках неуклонно расширяющейся «когнитивной революции», становится необходимым развитие **корпоративных, внутрифирменных форм и способов научно-образовательной деятельности**. Корпоративное самообучение и ускоренное превращение организаций в самообучающиеся фирмы становится важнейшей задачей в рамках гуманизации экономики. Очевидно, что традиционные формы и способы образовательной деятельности должны органически сочетаться и даже уступать место новым, неординарным, менторским (наставническим) механизмам «без отрыва» от творчески-трудовой деятельности. В связи с этим, роль университетского образования заключается не столько в профессиональной подготовке будущих специалистов, сколько в формировании и развитии у студентов *устойчивой потребности в саморазвитии и мотивации к самообучению*, самовоспитанию и самоорганизации, что, кстати сказать, и требуют современные стандарты и законы в сфере образовательной деятельности. Другими словами, задача вуза состоит в производстве у обучающихся специфических неявных и явных знаний о том, как самостоятельно воссоздавать новые знания и компетенции.

В-третьих, исходя из растущей сложности и противоречивости процесса гуманизации экономики знаний и становления когнитивной экономики гуманизма, в системе экономики знаний ключевым направлением развития следует считать **экономику гуманистических неявных, прежде всего, непередаваемых знаний**. Именно в рамках этой экономики только и возможно расширенное воссоздание креативного капитала такого уровня и качества, который на деле обеспечит непрерывный поток радикальных инноваций, без которых невозможно воссоздавать множество полезных для человека благ, не разрушая при этом цивилизацию и природу в целом. Однако заметим, что система непередаваемого неявного знания есть результат междисциплинарного и комплексного подхода к формированию и развитию креативного капитала экономического агента. Сказанное актуализирует становление и развитие *новой экономической антропологии* как междисциплинарной и многодисциплинарной науки о человеке, но именно в контексте решения задач ноосферного развития личности, общества, экономики и природы.

В-четвертых, специфика непередаваемого неявного знания предопределяет новое, глубоко **индивидуализированное качество производства, распространения и использования данного знания**. Известно, что непередаваемое неявное знание может быть «воплощаемым», или «впитываемым» в процессе «перекрестного опыления интеллекта» участников творчески-трудового взаимодействия. Более значимым ожидается результат наставничества, актуализации непосредственного креативного обмена-общения в рамках корпоративного сообщества, домохозяйства, творческой группы и др. Сказанное означает, что развитие системы индивидуального неявного знания и креативных компетенций закономерно требует углубленной индивидуализации и конкретизации когнитивного процесса при активной

роли наставников как собственников высокоэффективного креативного капитала. Очевидно, что бурно развивающиеся цифровые методы образования могут быть лишь серьезным подспорьем, но отнюдь не основным способом расширенного воссоздания новейших знаний и творчески-трудовых компетенций, релевантных ноосферным императивам экономики гуманизма.

Список литературы

1. *Гейтс Б.* Бизнес со скоростью мысли. – М.: Эксмо-Пресс, 2001. – 241 с.
2. *Ильин Е.П.* Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2012. – 448 с.
3. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / под ред. Б.З. Мильнера. – М.: Инфра-М, 2010. – 624 с.
4. *Казьмин А.К.* Теория интеллекта: Как выбрать президента. – М.: ЗАО «Московские учебники – СиДиПресс», 2001. – 240 с.
5. *Кейнс Дж.М.* Общая теория занятости, процента и денег / В кн: Кейнс Дж.М. Избранные произведения. – М., 1993. – 274 с.
6. *Клейнер Г.Б.* Три вопроса к политэкономии (попытка системной интроспекции) // Вопросы экономики. – 2018. – № 8. – С. 118–128.
7. *Леонтьев Д.А.* Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – 3-е изд., доп. – М.: Смысл, 2007. – 511 с.
8. *Мау В.А.* На исходе глобального кризиса: экономические задачи 2017–2019 гг. // Вопросы экономики. – 2018. – № 3. – С. 5–30.
9. *Медушевский А.* Российские реформы с позиций теории когнитивной истории // Вопросы экономики. – 2016. – № 3. – С. 131–160.
10. *Родрик Д.* Когда идеи важнее интересов: предпочтения, взгляды на мир и инновации в экономической политике // Вопросы экономики. – 2015. – № 1. – С. 22–45.
11. *Розинская Н., Розинский И.* Национальный проект «Доверие» // Вопросы экономики. – 2015. – № 12. – С. 138–147.
12. *Салихов Б.В., Салихова И.С.* Достойная жизнь человека как основа инновационного развития современной экономики // Инновации и инвестиции. – 2010. – № 3. – С. 37–49.
13. *Салихов Б.В., Салихова И.С.* Качество знаний и компетенций в зеркале структурных реформ российской экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2016. – № 10 (343). – С. 68–84.
14. *Салихова И.С.* Качество образовательных услуг: социально-экономическая онтология и основы эффективности управления // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 3 (44). – С. 119–125.
15. Собрание мыслей Достоевского. – М.: Звонница-МГ, 2003. – 640 с.

References

1. *Gates B.* Business with the speed of thought. – M.: Eksmo-Press, 2001. – 241 p.
2. *Ilyin E.P.* Psychology of creativity, creativity, endowments. – SPb.: Peter, 2012. – 448 p.
3. Innovative development: economics, intellectual resources, knowledge management / ed. B.Z. Milnera. – M.: Infra-M, 2010. – 624 p.
4. *Kazmin A.K.* Theory of Intelligence: How to choose a president. – M.: CJSC Moscow Textbooks – SeaDiPress, 2001. – 240 p.
5. *Keynes J.M.* General theory of employment, interest and money / in the book: Keynes J.M. Selected Works. – M., 1993. – 274 p.
6. *Kleiner G.B.* Three questions to political economy (an attempt at systemic introspection) // Voprosy ekonomiki. – 2018. – № 8. – P. 118–128.
7. *Leontiev D.A.* Psychology of meaning: nature, structure and dynamics of semantic reality. – 3rd ed., ext. – M.: Meaning, 2007. – 511 p.
8. *Mau V.A.* At the end of the global crisis: the economic challenges of 2017–2019 // Economic issues. – 2018. – № 3. – S. 5–30.
9. *Medushevsky A.* Russian reforms from the standpoint of the theory of cognitive history // Questions of economics. – 2016. – № 3. – P. 131–160.

10. *Rodrik D.* When ideas are more important than interests: preferences, world views and innovations in economic policy. *Voprosy ekonomiki*. – 2015. – № 1. – P. 22–45.
11. *Rozinskaya N., Rozinsky I.* National project “Trust” // *Questions of economy*. – 2015. – № 12. – P. 138–147.
12. *Salikhov B.V., Salikhova I.S.* Decent human life as a basis for the innovative development of the modern economy // *Innovations and investments*. – 2010. – № 3. – P. 37–49.
13. *Salikhov B.V., Salikhova I.S.* The quality of knowledge and competencies in the mirror of the structural reforms of the Russian economy // *National interests: priorities and security*. – 2016. – № 10 (343). – P. 68–84.
14. *Salikhova I.S.* The quality of educational services: socio-economic ontology and fundamentals of management efficiency // *Economy and Entrepreneurship*. – 2014. – № 3 (44). – P. 119–125.
15. *Collection of thoughts of Dostoevsky*. – М.: Zvonitsa-MG, 2003. – 640 p.

РАЗРАБОТКА МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Акимов Владимир Викторович,

канд. экон. наук, доцент кафедры кадастра,

e-mail: vikalove97@bk.ru,

Казахский агротехнический университет им. С.Сейфуллина,

г. Астана, Республика Казахстан,

Белюсова Элла Валерьевна,

канд. экон. наук, доцент кафедры геодезии и картографии,

e-mail: bellav-act@mail.ru,

Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева,

г. Астана, Республика Казахстан

Политика укрупнения сел, обоснованная критериями жизнеобеспечения и благоустройства по типу «агрогородков» привела к закрытию большого количества малых поселений, особенно полевых станков, летних лагерей и зимовок. С одной стороны, очевидно, что процесс урбанизации является антиподом процессу органичного сосуществования с природой. С другой стороны, концентрация сельского населения, которое традиционно занимается личным подсобным хозяйством, усиливает антропогенную нагрузку на прилегающие пастбища при выпасе скота, приводя к «выбиванию» растительности в радиусе от поселения до 6–10 км. Таким образом, здесь очевидное усиление противостояния между хозяйственными интересами и охраной природы.

Экономика считает, что задача общества – экономическое равновесие, выражаемое равенством спроса и предложения на товары, которое формирует общество потребления вне приоритета экологического сознания. В свою очередь экономика является орудием политических действий, направляемых правящей олигархией. Таким образом, создается замкнутый круг, определяемый господствующей идеологией безудержного накопительства. Экономика – эта часть материального мира, а экология – эта часть мира духовного. Между этими двумя мирами существует противоречивое взаимодействие под эгидой материальности. По экспертным оценкам, если в состав ВВП мировой экономики включить экологическую составляющую, то ВВП уменьшится на 30–45 %. Никто из правящей олигархии на это не согласится, поэтому рыночная экономика обрекает мир на неустойчивое развитие, когда мы не оставляем достаточного потенциала для будущих поколений. Главенство правящей олигархии поддерживается институциональным фактором, связанным с собственностью и другими законодательными факторами, поддерживающими частный интерес. Соблюдение комплекса этих приоритетов может быть достигнуто только в том случае, если в составе валового регионального продукта административных территориальных подразделений будет 30–45% капитальных вложений (инвестиций) на улучшение окружающей среды. Применительно к Республике Казахстан этот период означен ориентировочно до 2050 г.

Ключевые слова: Республика Казахстан; окружающая среда, сельские территории, районная планировка, экология, региональная политика, пастбища

DEVELOPMENT OF METHODOLOGICAL GROUNDS SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES

Akimov V.V.,

candidate of economic sciences, Associate Professor of the department of cadastre,

e-mail: vikalove97@bk.ru,

Saken Seifullin Kazakh Agrotechnical University, Astana, Republic of Kazakhstan,

Belousova E.V.,

candidate of economic sciences, Associate Professor of geodesy and cartography,

e-mail: bellav-act@mail.ru,

Eurasian national University. L.N. Gumilev, Astana, Republic of Kazakhstan

The policy of integration of villages proved by criteria of life support and improvement as «agrotowns» led to closing of a large number of small settlements, especially field camps, summer camps and winterings. On the one hand, it is obvious that process of an urbanization is an antipode to process of organic coexistence with the nature. On the other hand, concentration of country people which traditionally are engaged in personal subsidiary farm strengthens anthropogenic load of adjacent pastures at a cattle pasture, leading to «knocking-out» of vegetation in a radius from the settlement up to 6-10 km. Thus, here obvious strengthening of opposition between economic interests and conservation.

The economy considers that a task of society – the economic balance expressed by equality of supply and demand on goods which forms consumer society out of a priority of ecological consciousness. In turn the economy is the tool of the political actions directed by ruling oligarchy. Thus, the vicious circle determined by the dominating ideology of impetuous moneymaking is created. Economy – this part of a material world, and ecology – this part of inner world. Between these two worlds there is a contradictory interaction under the auspices of materiality. By expert estimates if to include an ecological component in structure of GDP of world economy, then GDP will decrease by 30-45%. None of ruling oligarchy will agree to it therefore the market economy dooms the world to unstable development when we do not leave the sufficient potential for future generations. Domination of ruling oligarchy is supported by the institutional factor connected with the property and other legislative factors maintaining private interest. Observance of a complex of these priorities can be reached only if as a part of a gross regional product of administrative territorial divisions there are 30-45% of capital investments (investments) for improvement of the environment. In relation to the Republic of Kazakhstan this period is marked approximately till 2050.

Keywords: Republic of Kazakhstan, Environment, rural areas, district layout, ecology, regional policy, pastures

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-16-23

Введение

Сельские территории, как управленческая категория, была сформулирована в рамках градостроительной районной планировки на уровне административных образований для решения проблемы расселения населения [2]. Наиболее детально и плодотворно эта проблема решалась в соответствии с Государственной Программой развития сельских территорий Республики Казахстан, в результате которой были определены перспективные населенные пункты. Эта Программа успешно реализована в направлении укрупнения сельских населенных пунктов. Идея укрупнения сел была продолжена в действующей Программе Развития регионов, где намечено обеспечение государственной поддержки так называемых «опорных населенных пунктов». Политика укрупнения сел, обоснованная критериями жизнеобеспечения и благоустройства по типу «агломераций» привела к закрытию большого количества малых поселений, особенно полевых станций, летних лагерей и зимовок. Концентрация сельского населения, которое традиционно занимается личным подсобным хозяйством, усиливает антропогенную нагрузку на прилегающие пастбища при выпасе скота, приводя к «выбиванию» растительности в радиусе от поселения до 6–10 км. Это обстоятельство объясняется тем, что при укрупнении населенных пунктов образуются обширные межселенные пространства пастбищных угодий, которые не используются из-за удаленности и отсутствия пастбищной инфраструктуры.

1. Изучение проблематики экологического развития сельских территорий

Проблема деградации пастбищедепрессивных регионов решается путем создания современной пастбищной инфраструктуры при восстановлении традиций прошлой кочевой цивилизации, когда че-

ловек органично «вписывался» в окружающую природную среду. Такой способ использования пастбищ нами формулируется следующим образом: «Способ стационарно-вахтового расселения инновационно-активных территорий неокочевого лугопастбищного хозяйства».

Этот способ характеризуется следующими преимуществами:

- введение в хозяйственный оборот неиспользуемых межселенных территорий;
- окупаемость затрат на пастбищную инфраструктуру за счет высокой прибыли товаров абсолютного преимущества (кумыс, шубат, казы, шужук и др.);
- включение в лугопастбищный процесс безработного населения депрессивных регионов;
- внедрение вахтового труда на сезонных пастбищах с использованием передвижных и стационарных элементов пастбищной инфраструктуры.

Этот способ использования пастбищ обеспечивает оптимальное сочетание хозяйственных и экологических интересов, т.е. соблюдается главный приоритет современности – снижается противостояние экономики и экологии, в то же время соблюдается важнейший принцип рыночной экономики, являющийся ее целью – максимум потребления при максимуме прибыли.

Именно этот принцип и является причиной изменения окружающей среды, когда производственные предприятия, стремясь получить максимум прибыли, не заинтересованы в применении дорогостоящих безотходных технологий. В связи с этим образуется громадное количество отходов (экстерналий) в виде выбросов в атмосферу, жидких и твердых отходов, загрязняющих ландшафты и акватории [6]. Объемы выбросов и загрязнений производятся в гигантских объемах, которые приводят к изменению климата и наносят непоправимый ущерб окружающей среде. Поэтому многие видные ученые не видят возможности устойчивого развития в условиях господствующей рыночной экономики и обосновывают настоятельную необходимость перехода к экологической экономике [8].

Теория экологической экономики обосновывает целесообразность перехода от существующей бухгалтерской прибыли к так называемой «нулевой», или экономической прибыли, при которой сверхприбыль направляется на ликвидацию экстерналий. Экологическая экономика в административном обиходе именуется «зеленой». Это обусловлено тем, что сельское хозяйство при традиционном способе производства всегда было, по сути, экологическим (бесприбыльным или малоприбыльным). Это накладывает свой отпечаток на аграрный сектор экономики и формирует специфические особенности в теории устойчивого развития сельских территорий. Главной особенностью здесь является наличие так называемого «диспаритета цен» между промышленной и сельскохозяйственной продукцией. Это считается объективной причиной «слабости» сельского хозяйства по сравнению с промышленностью.

На самом деле причина заключается в архаичном определении себестоимости продукции растениеводства и животноводства. Архаика заключается в том, что здесь ошибочно используется понятие «даровая» сила природы: солнечная энергия, плодородие и климат. Но ведь это не дар. Это сформулированные К. Марксом общественные затраты труда, которые и формируют себестоимость товаров [5]. Земля по своей сути является общественным товаром, ценовым выражением которого является экономическая рента, однако она не учитывается в системе бухгалтерского учета и в системе национального счетоводства. Чтобы ликвидировать эту несправедливость, нужно, чтобы мировое сообщество отрегулировало механизм управления экономическими (земельными) отношениями через корректировку системы учета и заставило субъекты рынка ввести экстерналии (внешние эффекты) в рыночные отношения, ликвидировав тем самым «несуществующие рынки».

Экономика считает, что задача общества – экономическое равновесие, выражаемое равенством спроса и предложения на товары, которое формирует общество потребления вне приоритета экологического сознания [3]. В свою очередь экономика является орудием политических действий, направляемых правящей олигархией. Таким образом, создается замкнутый круг, определяемый господствующей идеологией безудержного накопительства. Экономика – эта часть материального мира, а экология – эта часть мира духовного [4]. Между этими двумя мирами существует противоречивое взаимодействие под эгидой материальности. По экспертным оценкам, если в состав ВВП мировой экономики включить экологическую составляющую, то ВВП уменьшится на 30–45 % [9]. Никто из правящей олигархии на это не согласится, поэтому рыночная экономика обрекает мир на неустойчивое развитие, когда мы не оставляем достаточного потенциала для будущих поколений. Главенство правящей олигархии поддер-

живается институциональным фактором, связанным с собственностью и другими законодательными факторами, поддерживающими частный интерес. В соответствии с полным составом прав собственности, именуемым «Перечень Онопере» (Honoreslist), выделяется 11 элементов права, и все они в той, или иной мере, защищают интересы собственников [10]. В данном перечне, охватывающем 100 % прав, права делятся между обладателем и государством, например, при праве распоряжения государство имеет лишь 5 % регулирования (через Президента и Парламент), при праве суверена соответственно 75:25, и т.д. Особо следует обратить внимание на 9-ое право, позволяющее государству снижать ВВП до 45 %. Если принять во внимание, что в настоящее время даже в наиболее экологичной Японии намечается изымать 16 %, то мы видим какие большие резервы устойчивого развития имеются в мировом сообществе [7].

Управление сельскими территориями. Одним из важнейших направлений использования этих резервов принадлежит сфере управления сельскими территориями, которое направляет свое воздействие на расселение, последовательно исполняя свое право в составе следующих функций:

1. Изучение сельских территорий (картографирование, кадастр, мониторинг, анализ и оценка).
2. Планирование устойчивого развития сельских территорий.
3. Организация устойчивого развития сельских территорий посредством исполнения планов.
4. Стимулирование устойчивого развития сельских территорий путем государственной поддержки.
5. Контроль процесса устойчивого развития сельских территорий.

Вышеизложенный механизм управления сельскими территориями в рамках устойчивого развития позволит учесть приоритеты, означенные конференцией ООН «Повестка дня на XXI век», подписанной Республикой Казахстан:

1. Экономическая (материальная) ответственность за межрегиональное загрязнение.
2. Сохранение ресурсного потенциала для будущих поколений.
3. Оптимальное сочетание экономики и экологии.
4. Межрегиональное сотрудничество в направлении устойчивого развития.
5. Необходимость исключения из региональных производств загрязняющих способов выпуска продукции.
6. Межрегиональное сотрудничество в направлении устойчивого развития.
7. Компенсация (эмиссия) ущерба от загрязнения окружающей среды.
8. Комплексная оценка воздействия на окружающую среду для определения величин компенсации ущерба.

Соблюдение комплекса этих приоритетов может быть достигнуто только в том случае, если в составе валового регионального продукта административных территориальных подразделений будет 30–45% капитальных вложений (инвестиций) на улучшение окружающей среды. Применительно к Республике Казахстан этот период означен ориентировочно до 2050 г. Говоря о методологических основах устойчивого развития сельских территорий, следует отметить, что методология – это теория методов. В данном случае рассматриваются теоретические положения методов устойчивого развития сельских территорий в органичном сочетании экономических и экологических проблем. Общая теория методов устойчивого развития включает следующие методические положения:

- способы реализации права граждан на благоприятную окружающую среду;
- обеспечение возможности будущих поколений на пользование природными ресурсами;
- приемы экологической безопасности рыночных, в т.ч. земельных отношений;
- способы улучшения нарушенных экосистем (в т.ч. земель в депрессивных регионах);
- приемы международного сотрудничества в сфере экономико-экологических отношений;
- методы социально-экономического развития в условиях органичного слияния с природой;
- приемы обеспечения роста качества жизни людей в пределах оптимального сочетания хозяйственных и экологических требований.

Фундаментом для осуществления вышеизложенных методических положений в Казахстане является наличие громадных территории отгонных пастбищ, где сохранился большой природный массив естественных экосистем, являющийся источником естественных ресурсов. Однако внутри этих экосистем есть точки социально-экономического развития, губительно превзошедшие критическую точку

органичного слияния человека с природой. Это органичное слияние было в период кочевой цивилизации, когда человек следовал за природой, подчиняясь ее законам и возможностям [1]. Однако весь двадцатый век при осуществлении процесса оседлости и создания стационарных урбанизированных объектов, в виде промышленных и агропромышленных центров, велось нерегулируемое использование прилегающих к этим центрам пастбищных территорий.

В результате этого процесса мы имеем свыше 24 млн га дефлированных земель и свыше 27 млн га сбитых пастбищ. По отношению к общей площади сельскохозяйственных угодий приблизительно 216 млн га это составляет около 24 %. Достигли ли мы «критической» точки развития во взаимоотношении с природой? Рассмотрим это на примере элементарной модели взаимоотношения экономики и экологии (рисунок 1).

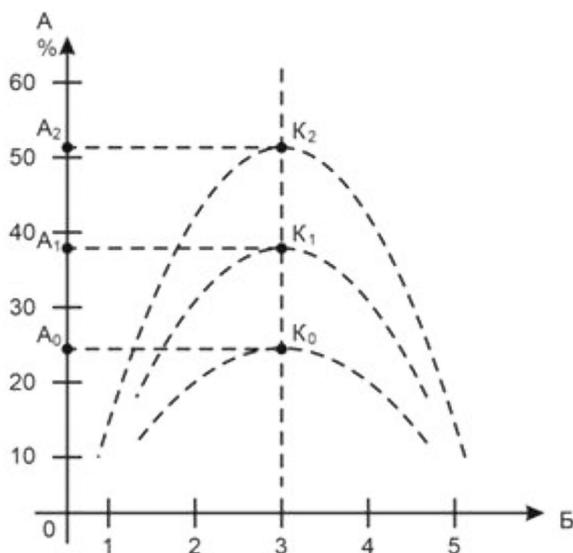


Рисунок 1 – Модель взаимоотношений экологии и экономики

где ОА – деградация окружающей среды (пастбищ);

ОБ – валовой внутренний продукт на душу населения;

ОКБ – кривая устойчивого развития (минимальная и максимальная);

K_2 – критическая точка развития;

K_1 – современная точка развития;

K_0 – точка развития кочевой цивилизации.

По отношению к общей площади сельскохозяйственных угодий мы еще далеко не достигли критической точки, то же самое если взять отношение сбитых пастбищ к общей площади чистых пастбищ (общая площадь чистых пастбищ приблизительно 112 млн га, сбитых около 24 млн га, т.е. 21 %). Однако, если учесть затырсованные, закамененные пастбища и покрытые кочками ($7,7+4,7+1,6 = 14$ млн га), то картина ухудшается ($27+14=41$), т.к. площадь непригодных пастбищ составляет уже 37 % [5].

Таким образом, во всех характеристиках ситуация с пастбищами критическая. Эта ситуация усугубляется, если учесть геоботаническую характеристику территории естественных кормовых угодий, когда их качество ухудшается засоренностью ядовитыми однолетниками, бурно вегетирующими после дождей.

В связи с вышеизложенным возникает проблема рационального использования деградированных сельских территорий. Экспертная оценка существующей ситуации в Мангистауской области позволяет сделать следующие методологические выводы:

1. В области слабая диверсификация отраслей экономики. Идет однобокий процесс позиционирования нефтяной отрасли и сопутствующих ей производств.

2. Наблюдается перекося направления «устойчивое развитие» в сторону экономики за счет усугубления устойчивости экологическим неблагополучием.

3. Сельские территории в несколько раз имеют меньший уровень развития по сравнению с городами.

4. Аграрно-промышленный комплекс весьма слабый. Мангистауская область ориентирована на ввоз продовольствия извне.

5. Область не достигла уровня продовольственной безопасности. В то же время она является регионом-донором, когда 70 % нефтяных доходов перечисляется в центральный госбюджет.

6. В Мангистау выявлены инновационно-активные территории (ИАТ) вокруг Актау, Форт-Шевченко, Бейнеу, Шетпе. Наиболее благоприятной ИАТ в отношении развития АПК является точка развития Шетпе.

7. Инновационно-активные территории являются наиболее важными в отношении устойчивого развития микрорегионов.

8. В общей системе стратегии территориального развития Республики Казахстан следует особо выделить микрорегионы в виде ИАТ, которые должны стать объектом составления инновационных проектов типа «робинзонад», как пилотных примеров возрождения депрессивных регионов путем передачи инновационного опыта на другие территориальные аналоги страны [8].

Главное методологическое положение данного исследования формулируется следующим образом: в цепочке территорий – «локомотивов» (для остальных регионов страны) помимо макрорегионов, агломераций и системных кластеров, обосновываются микрорегионы в виде инновационно-активных территорий (ИАТ), к которым относятся: территории опережающего развития, точки развития, линии развития. В частности, ИАТ «Шетпе» инновационно-активной является благодаря наличию в ее границах обширных нефтепромыслов, для продовольственного обеспечения которых работают прилегающие к нефтепромыслам объекты агробизнеса, прежде всего, отрасли отгонного животноводства, обеспечивающие потребителей-нефтяников мясом, кумысом и шубатом.

Есть возможность расширить этот ассортимент и выйти даже на международные рынки с продукцией абсолютного экономического преимущества: казы, шужук, кумыс, шубат, изделия из верблюжьей шерсти и т.д. В этом и есть основная инновационная сущность данного исследования, направленная на решение проблем депрессивных регионов в составе сельских территорий, как главное условие их устойчивого развития.

Инновационная инфраструктура ИАТ заключается в следующем перечне:

- инновационно-активная лугопастбищная территория (ИАЛТ) имеющая инвестиционную привлекательность;

- управленческий хозяйственный центр территории в виде перспективного населенного пункта (аула) с населением ~ 1000 чел., которые обеспечиваются полной занятостью в пределах ИАЛТ;

- управленческий центр, который через АИУС и систему современной цифровой связи с использованием дронов и пунктов приема информации через Интернет осуществляет координацию и контроль на всей территории ИАЛТ;

- ИАЛТ организуется, как правило, в границах административного подразделения (района или сельского округа) в радиусе 200–300 км с преобладанием в составе угодий пастбищ и сенокосов;

- в пределах ИАЛТ создается производственный консорциум хозяйств в составе объектов агробизнеса, личных подсобных хозяйств, предприятий по производству лугопастбищного оборудования, субъектов логистики (информационной, закупочной, производственной, сбытовой, складирования, транспортной), субъектов администрации;

- за субъектами агробизнеса закрепляются пастбища для соответствующих видов скота в соответствии с Планом управления пастбищами;

- в соответствии с комплексной схемой градостроительного развития на территории ИАЛТ размещаются объекты стационарной инфраструктуры, включающей: водоисточники, ветровые электрогенераторы, вахтовые аулы, пункты формирования гуртов, отар, табунов, косяков, пункты купки и стрижки, родильные пункты, загоны, зонты, водопойные пункты, пункты ветеринарного обслуживания и пр.;

- в соответствии с проектом внутрихозяйственного землеустройства осуществляется внедрение пастбищеоборотов, сенокосооборотов, размещение всех видов скота согласно рекомендуемым оборо-

там стад и кормовым балансам, скотопрогоны, поверхностное и коренное улучшение угодий, места передвижных элементов пастбищной инфраструктуры, маршруты передвижения скота, технологические карты производственных процессов;

- в соответствии с генпланами центральной усадьбы и вахтовых поселений осуществляется привязка соответствующих объектов строительства: производственных и жилых, в т.ч. пунктов первичной переработки продукции и предприятий по производству товаров абсолютного экономического преимущества;

- в процессе эксплуатации ИАЛТ ведется загонно-румбовый (инновационный) выпас скота с использованием передвижных комплексов обслуживания процессов поения, подкормки, ветеринарного обслуживания, что позволяет увеличить радиус использования пастбищ вокруг стационарного водосточника вдвое;

- в соответствии с предлагаемым техническим и технологическим изобретением осуществляются все процессы лугопастбищного хозяйства в составе консорциума и в итоге определяется экономическая эффективность всех служб и подразделений.

Заключение

Таким образом, рассматриваемая разработка обеспечивает экономический, технический, технологический и экологический эффекты на фоне улучшения социальной и расселенческой обстановки местного населения и может быть осуществлена с помощью известных в технике и технологии средств, следовательно, она обладает агропромышленной применимостью.

Кроме того, намечается изучение условий создания и устойчивого развития консорциума по внедрению неокочевой технологии управления лугопастбищным хозяйством депрессивных регионов Мангистауской области для производства животноводческой продукции абсолютного экономического преимущества». Создание консорциума предусматривает внедрение цифровой неокочевой технологии управления лугопастбищным хозяйством при научном сопровождении и условий выпуска продукции абсолютного экономического преимущества консорциума:

1. Организация внедрения неокочевых лугопастбищного хозяйства под эгидой местной государственной власти и социально-предпринимательских корпораций (СПК).
2. Научное сопровождение деятельности консорциума авторским коллективом с использованием космического мониторинга и цифровых ГИС-технологий.
3. Создание не менее 200 рабочих мест для населения, находящегося за чертой бедности.
4. Вывод участников консорциума на рынки факторов производства сообразованием сегмента товаров абсолютного преимущества.
5. Оказание помощи мелким домашним хозяйствам в расширении допуска к зеленым и грубым кормам для производства экологически чистой продукции.
6. Содействие сохранению биоразнообразия на лугопастбищных и водно-болотных угодьях при обеспечении экологического эффекта.
7. Снижение уязвимости лугопастбищного хозяйства от изменения климата и обеспечение условий органического слияния с окружающей средой.
8. Повышение уровня жизни и снижение бедности населения депрессивных регионов.
9. Использование эффекта антикризисного менеджмента для осуществления механизма перевода депрессивных регионов в разряд благополучных.

Список литературы

1. Балабанов И.Т. Экономика недвижимости. – СПб., 2002. – 207 с.
2. Беленький В. Методика определения цены земли и планирования устойчивого землепользования. – М.: Колос, 2000. – 85 с.
3. Белоусова Э.В. Основные проблемы современного состояния платного землепользования в Республике Казахстан // Сб. тезисов докладов международной научно-практической конференции «Пространство. Время. Архитектура». – Астана, 2014. – 35 с.

4. Волков С.Н. Экономика землепользования. – М.: Колос, 2001. Т. 3. – 451 с.
5. Жансагимова А.Е. Элементы взаимодействия государства и бизнеса / А.Е. Жансагимова, Ш.У. Ниязбекова, А.Е. Егинбаева // Вестник университета Туран. – 2016. – № 3 (71). – С. 44–48.
6. Осинина А.Ю. Современные тенденции и принципы функционирования единой аграрной политики Европейского Союза / А.Ю. Осинина, И.С. Глотова // Проблемы агрорынка. – 2017. – № 3. – С. 28–34.
7. Стиглиц Дж.Ю. Экономика государственного сектора. – М.: МГУ: ИНФРА-М, 1997. – 702 с.
8. Султанова Г.Т. Государственная поддержка АПК в зарубежных странах // Проблемы агрорынка. – 2017. – № 3. – С. 131–135.
9. Эдвин Дж.Д. Микроэкономика. – СПб.: Литера плюс, 1997. – 448 с.
10. Honore A.M. Ownership. – In: Oxford essays I n jurisprudence. Ed. by A. W. Quest. – Oxford, 1961. – P. 112–128.

References

1. Balabanov I.T. the Economics of real estate. – SPb., 2002. – 207 p.
2. White In. Methods of determining the price of land and sustainable land use planning. – М.: Kolos, 2000. – 85 p.
3. Belousova E. The Main problems of the current state of paid land use in the Republic of Kazakhstan // SB. abstracts of scientific and practical international conference «Space. Time. Architecture». – Astana, 2014. – 35 p.
4. Volkov S.N. Land-use economy. – М.: Ear, 2001. vol. 3. – 451 p.
5. Zhanserikova A.E. Elements of interaction between the state and business / A.E. Zhanserikova, U.S. Niyazbekova, E. Eginbaeva // Herald of the University of Turan. – 2016. – № 3 (71). – P. 44–48.
6. Osinina A. Yu. Modern trends and principles of functioning of the common agricultural policy of the European Union / A. Yu. Osinina, I.S. Glotova // Problems of the agricultural market. – 2017. – № 3. – P. 28–34.
7. Stiglitz J.J. Economics of the public sector. – М.: MSU: INFRA-1997, 1997. – 702 p.
8. Sultanova G.T. State support of agriculture in foreign countries // Problems of the agricultural market. – 2017. – № 3. – P. 131–135.
9. Edwin G.D. Microeconomics. – SPb.: Litera PLYUS, 1997. – 448 p.
10. Honore A.M. Ownership. – In: Oxford essays I n jurisprudence. Ed. by A. W. Quest. – Oxford, 1961. – P. 112–128.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Луковникова Наталья Сергеевна,

канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и финансов,

e-mail: gubanovanatalja@mail.ru,

Московский университет имени С.Ю. Витте, филиал в г. Рязани,

Полянский Семен Яковлевич,

д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики и финансов,

e-mail: spolyanskiy@muiv.ru,

Московский университет имени С.Ю. Витте, филиал в г. Рязани

Эффективность деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей ухудшается в свете роста издержек производства, увеличения кредиторской задолженности и снижения качества выпуска отдельных видов продукции. Это вызвало актуальную необходимость в изучении вопросов применения более усовершенствованной методики оценки финансовых результатов, продовольственной независимости и устойчивости функционирования сельскохозяйственных организаций.

В статье определены задачи, связанные с исследованием методики оценки эффективности сельскохозяйственных организаций Российской Федерации с детализацией отдельных показателей Самарской области. Авторами рассмотрены коэффициенты эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций. Изучено современное состояние экономической деятельности сельскохозяйственных организаций, обобщен опыт функционирования хозяйств Самарской области, выявлены источники роста эффективности сельскохозяйственного производства.

Данная статья направлена на выявление приоритетных резервов повышения эффективности сельского хозяйства.

Ключевые слова: сельское хозяйство, сельскохозяйственные организации, сельскохозяйственное производство, показатели, эффективность, финансовые результаты

MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS AND EVALUATING THEIR EFFECTIVENESS

Lukovnikova N.S.,

candidate of economic science, Associate Professor department of economics and finance,

e-mail: gubanovanatalja@mail.ru,

Ryazan branch of Moscow Witte University, Ryazan,

Polyansky S.Ya.,

doctor of economics, professor, department of economics and finance,

e-mail: spolyanskiy@muiv.ru,

Ryazan branch of Moscow Witte University, Ryazan

The efficiency of agricultural producers deteriorates in the light of rising production costs, increased accounts payable and lower quality of output of certain types of products. This led to the urgent need to study the application of a more advanced methodology for assessing financial results, food independence and sustainability of agricultural organizations. The article defines the tasks associated with the study of methods for assessing the effectiveness of agricultural organizations of the Russian Federation with the details of individual indicators of the Samara region. The authors consider the factors of efficiency of activity of agricultural organizations.

The modern state of economic activity of agricultural organizations is studied, the experience of functioning of farms of the Samara region is generalized, and sources of growth of efficiency of agricultural production are revealed.

This article is aimed at identifying priority reserves to improve the efficiency of agriculture.

Keywords: agriculture, agricultural organizations, agricultural production, indicators, efficiency, financial results

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-24-30

Введение

На сегодняшний день в большинстве регионов России эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций уделяется особое внимание, так как от их прибыльности и ликвидности зависит текущее состояние агропродовольственного рынка страны, способность его удовлетворять потребности населения и юридических лиц в приобретении качественной сельскохозяйственной продукции, результативность реализации политики импортозамещения и поддержание экспортоориентированных проектов в сфере АПК [1].

Исследование тенденций и закономерностей в деятельности сельскохозяйственных организаций позволяет выявить общие проблемы функционирования государственной сельскохозяйственной политики Российской Федерации, выявить черты развития агропродовольственного рынка региона и отдельно взятых его хозяйствующих субъектов сельского хозяйства.

Актуальность темы исследования обосновывается тем, что в современной системе развития агропромышленного комплекса России приоритетную роль играет не только оказание государственной поддержки сельского хозяйства, но и еще достижение экономической эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций, стремящихся к росту рентабельности продаж продукции, повышению ликвидности своих активов и соблюдению требований продовольственной безопасности. Однако не все сельскохозяйственные товаропроизводители страны и субъектов РФ способны достичь данной эффективности, не соблюдая требований экономии.

В связи с изложенным, целью данной статьи является анализ и оценка структуры финансовых показателей сельскохозяйственных организаций.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи исследования:

- систематизация показателей оценки эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций;
- теоретическое обоснование методики оценки эффективности деятельности анализируемых хозяйствующих субъектов;
- анализ тенденций и изменений в структуре сельскохозяйственного производства.

1. Методика оценки эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций

В современных условиях в развитии отечественного сельского хозяйства России играет роль новая политика в части перераспределения прибыли сельскохозяйственных организаций на цели оказания поддержки товаропроизводителей. Вместе с тем вопросы обеспечения «функциональной» результативности различных сфер государственной сельскохозяйственной политики явно недостаточно проработаны [4].

Методы исследования, которые целесообразно применять для решения задач развития сельского хозяйства, включают системный и непрерывный учет и анализ финансовых результатов деятельности сельскохозяйственных организаций России с применением горизонтального и вертикального анализа отдельных фактов их производственной деятельности.

Конъюнктурные колебания макроэкономической среды функционирования аграрного сектора России и дефицит финансовых ресурсов в бюджетах субъектах Российской Федерации предъявляют повышенные требования к сельскохозяйственной политике региональных уровней управления финансовыми результатами сельскохозяйственного производства.

В рамках методики оценки эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций расчет показателей результативности производства можно осуществлять с использованием следующих коэффициентов:

- темп роста выхода приплода и падежа скота;
- индекс реализации основных продуктов сельского хозяйства;
- индекс рентабельности сельскохозяйственных организаций;
- темп изменения текущей ликвидности и финансовой автономии сельскохозяйственных организаций [6].

Следует развивать аграрный потенциал посредством привлечения частных инвестиций. В регионах целесообразно обеспечить взаимосвязь эффективности поддержки АПК России с долгосрочными целями и национальными интересами развития сельского хозяйства [3, 7].

Методика оценки эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций должна быть комплексной, учитывая не только стоимостные, но и натуральные показатели сельскохозяйственного производства. В этой связи обратимся к статистическим данным, иллюстрирующим выход приплода и падеж скота в хозяйствующих субъектах отрасли агропромышленного комплекса (таблица 1).

В соответствии с полученными изменениями в ходе расчета темпов роста результативных показателей можно сделать вывод.

В 2017 г. по отношению к 2015 г. улучшился только показатель выхода приплода в расчете на 100 маток, так как увеличился на 202 головы поросят, фактически составив в конце анализируемого периода 2964 голов от основных свиноматок.

Таблица 1 – Выход приплода и падеж скота в сельскохозяйственных организациях в 2015–2017 гг.

Параметры	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2015 г., +/-
Выход приплода в расчете на 100 маток, голов телят (от коров)	78	78	77	-1
Выход приплода в расчете на 100 маток, голов поросят (от основных свиноматок)	2762	2766	2964	202
Падеж скота, % к обороту стада:				
крупного рогатого скота	2	2	1,8	-0,2
свиней	11,3	11,4	10,8	-0,5
овец и коз	3,9	4,3	4,4	0,5

Составлено по http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140096652250

Если рассматривать падеж скота, то его незначительное сокращение в относительном выражении (на 0,2 %), не изменило ситуацию продолжающегося уменьшения крупного рогатого скота в сельскохозяйственных организациях. При этом падеж овец и коз возрастал за 2015–2017 гг., достигнув к концу анализируемого периода 4,4 % к обороту стада.

В сельскохозяйственных организациях России (всех категорий хозяйств АПК) наблюдается тенденция спада по производству и сбыту картофеля, так как за 2016–2017 гг., его оборот сократился на 3 % о чем свидетельствуют данные таблицы 2.

Вместе с тем, положительную роль в развитии агропродовольственной экономики страны сыграли следующие позиции номенклатуры производства и реализации сельского хозяйства:

- зерно – темп роста 111,7 %;
- подсолнечник – темп роста 107,2 %;
- овощи – темп роста 106,6 %.

Таблица 2 – Реализация основных продуктов сельского хозяйства всех категорий в 2015–2017 гг., млн тонн

Параметры	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2016 г., %
Зерно	74,8	83,1	92,9	111,7
Сахарная свекла	34,2	43,6	46,5	106,5
Подсолнечник	7,5	8,8	9,4	107,2
Картофель	8,6	8,5	8,2	97,0

Овощи	6,4	6,7	7,1	106,6
Скот и птица (в живом весе)	11,7	12,3	12,9	105,4
Молоко	20,1	20,6	21,4	103,7
Яйца, млрд шт.	31,7	32,1	33,6	104,8
<i>Источник: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140096652250</i>				

Оценка показала, что за 2017 г. наибольший объем реализации наблюдался по продукции: зерно – 92,9 млн тонн, сахарная свекла – 46,5 млн тонн, молоко – 21,4 млн тонн.

Итак, ситуация в развитии сельскохозяйственных организаций России характеризуется устойчивым ростом основных товарных позиций аграрного производства, за исключением картофеля. Причинами роста реализации основных продуктов сельского хозяйства всех категорий АПК России служат факторы выполнения предприятиями программ импортозамещения.

Наряду с этой тенденцией происходили и другие изменения в структуре сельскохозяйственного производства. Так произошло снижение доли крестьянских (фермерских) хозяйств в валовой продукции сельского хозяйства. Соответственно растет удельный вес крупных сельскохозяйственных предприятий. Крайне высокой до настоящего времени остается дифференциация субъектов Российской Федерации по темпам роста производства продукции сельского хозяйства – от спада в 15 % до прироста в 20 %. По отдельным видам снижение производства продукции отмечалось в каждом регионе.

Сегодня хозяйствующие субъекты в сфере сельского хозяйства сталкиваются с трудностями при получении как кратко-, так и средне- долгосрочных кредитов, банки повышают размер процентных ставок, в том числе по уже заключенным кредитным договорам растут требования к залоговому обеспечению [5].

2. Анализ показателей эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций (на примере Самарской области)

Далее рассмотрим показатели деятельности сельскохозяйственных организаций одного из аграрных регионов – Самарской области.

Самарская область обладает высоким инвестиционным и аграрным потенциалом, что позволило ей по итогам 2018 г. повысить результативность производства в крестьянско-фермерских хозяйствах и получить в 2019 г. дополнительную государственную поддержку для субъектов малых форм предпринимательства, валовой объем которой составил 15,3 млрд руб.

В соответствии с данными таблицы 3 эффективность деятельности сельскохозяйственных организаций Самарской области характеризовалась тенденцией роста краткосрочных финансовых вложений в период с 2013 по 2017 гг.

Так, в 2017 г. их величина возросла в 3,85 раз по сравнению с базисным периодом, что подтверждалось инвестированием в развитие сельского хозяйства.

Заслуга сельскохозяйственных организаций региона заключается в том, что за счет внутренней агропродовольственной политики Самарская область улучшила финансовое положение сельского хозяйства.

В 2017 г. коэффициент текущей ликвидности составил 5,71, что выше нормы на 3,71, и больше, чем его аналог в 2013 г. на 4,42. Коэффициент автономии в сельскохозяйственных организациях Самарской области в 2017 г. достиг достаточно высокого значения – 0,91, что выше норматива на 0,41, и больше аналогичного показателя 2013 г. на 0,34 (таблица 3).

Таблица 3 – Показатели эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций Самарской области в 2013–2017 гг., на конец года [8]

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2013 г., +/-
Краткосрочные финансовые вложения, тыс. руб.	238559	214717	470728	1696830	920727	682168
Денежные средства, тыс. руб.	360020	642816	328190	268584	415054	55034
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	5633118	7286111	7762112	4597769	4474953	-1158165

Оборотные активы всего, тыс. руб.	11718080	13553199	15204068	15319856	15373073	3654993
Внеоборотные активы, тыс. руб.	16490193	18250540	17830408	19055963	16133150	-357043
Текущие обязательства, тыс. руб.	9072343	9654955	6713864	4339297	2693618	-6378725
Коэффициент текущей ликвидности	1,29	1,4	2,26	3,53	5,71	4,42
Собственный капитал, тыс. руб.	7919900	13352205	16819685	20823038	19223166	11303266
Долгосрочные обязательства, тыс. руб.	8027816	8796579	9500927	9213484	9589439	1561623
Совокупный капитал, тыс. руб.	28208273	31803739	33034476	34375819	31506223	3297950
Коэффициент автономии капитала	0,57	0,7	0,8	0,87	0,91	0,34

Источник: http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/ru/statistics/enterprises/agriculture/

Анализ финансовых результатов позволил выявить положительное изменение рентабельности сельскохозяйственных организаций (таблица 4).

Таблица 4 – Финансовые результаты сельскохозяйственных организаций Самарской области в 2014–2016 гг.

Показатель	Выручка, тыс. руб.	Накладные затраты, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб.	Рентабельность продаж, %	Чистая рентаб., %
Всего 2014 г.	25101790	529645	20687122	12,60	10,76
Всего 2015 г.	26008853	699313	19302428	15,72	3,11
Всего 2016 г.	32041376	853240	23244920	24,20	18,35
2016 г. к 2014 г., %	128	161	112	-	-
2016 г. к 2014 г., руб.	6939586	323595	2557798	12	8

Источник: http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/ru/statistics/enterprises/agriculture/

Оценка позволила установить, что чистая рентабельность сельского хозяйства по региону в 2016 г. достигла величины 18,35 %. Анализ финансовых показателей деятельности сельскохозяйственных организаций исследуемого региона будет не полным, если не произвести оценку продовольственной безопасности. Поэтому обратимся к данным рисунка 1.

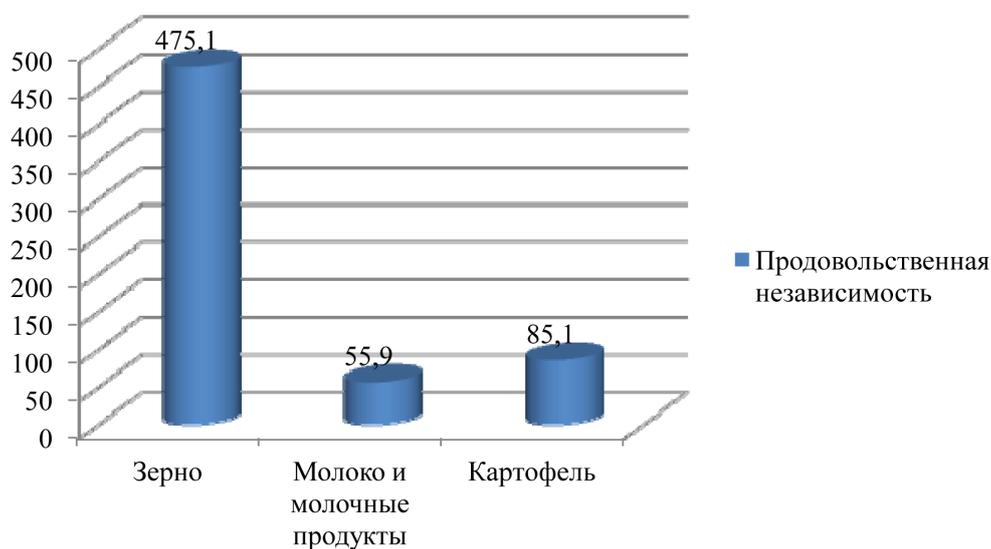


Рисунок 1 – Состояние продовольственной безопасности сельскохозяйственных организаций Самарской области в 2016 г., % (http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/ru/statistics/enterprises/agriculture/)

Оценка индикаторов продовольственной безопасности в масштабах Самарской области позволяет утверждать, что в регионе нормативы показателей в 2016 г. был достигнут по зерну (475,1 %) против норматива 95 %.

Недостаточно высокий уровень продовольственной безопасности наблюдается по производству молока и молочным продуктам в регионе, что является следствием низкой бюджетной активности региональных аграрных формирований. Для решения проблемы продовольственной безопасности следует выявлять резервы роста рентабельности производства сельскохозяйственных организаций.

Основными резервами повышения эффективности в целом по сельскохозяйственным организациям Самарской области является использование инновационных решений в птицеводстве, свиноводстве и на выращивании крупного рогатого скота, которые могут обеспечить снижение коммерческой себестоимости продукции названных подотраслей животноводства [2].

В остальных наименованиях основных продуктов, определяющих уровень продовольственной безопасности Самарской области, наблюдается соответствие пороговым индикаторам.

Таким образом, приоритетными резервами повышения эффективности сельского хозяйства Самарской области являются:

- обеспечение продовольственной безопасности региона за счет повышения качества сельскохозяйственного производства;
- повышение эффективности использования земель сельскохозяйственного назначения;
- стимулирование продовольственной безопасности за счет оптимизации зернового хозяйства;
- инновационное воспроизводство отрасли животноводства за счет улучшения семейных животноводческих ферм;
- оказание государственной поддержки реализации приоритетных инвестиционных проектов в отраслях: птицеводства, молочного скотоводства, а также в пищевой и перерабатывающей промышленности.

Заключение

В процессе исследования было выявлено, что в России имеется значительный экономический потенциал сельскохозяйственного производства для удовлетворения стратегических целей и задач продовольственной безопасности, роста устойчивости функционирования сельскохозяйственных организаций, обеспечения достаточной суммы прибыли предприятий АПК, участвующей в кругообороте денежных средств.

В результате изучения деятельности организаций сельского хозяйства было выявлено, что рентабельность производства повышается в зависимости от участия региона в программных мероприятиях, и уровня качества реализуемых инвестиционных проектов в аграрной сфере.

В условиях изменения социально-экономических тенденций развития сельского хозяйства, нужны новые источники его роста, а значит, и новая аграрная и продовольственная политика.

Для повышения эффективности сельского хозяйства необходимо инвестирование в проекты развития зернового хозяйства, инновационное воспроизводство отраслей сельского хозяйства, привлечение средств государственной поддержки реализации приоритетных инвестиционных проектов.

Исходя из вышеизложенного, мы можем сделать вывод о том, что сельскохозяйственное производство характеризуется тенденциями роста краткосрочных финансовых вложений, низкой деловой активности аграрных формирований в реализации госпрограмм. Кроме этого, выявлено влияние тенденций эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций на показатели продовольственной безопасности России. О степени влияния данных показателей на экономическую эффективность деятельности сельскохозяйственных организаций можно утверждать при наличии выявленных резервов роста прибыли и рентабельности, которые формируют возможность для стимулирования роста производства, внедрения новых технологий и создания новых рабочих мест на селе.

Список литературы

1. Аганбегян А.Г. Устойчивый рост сельского хозяйства и его финансовое обеспечение // Деньги и кредит. – 2017. – № 7. – С. 3–9.
2. Арутюнян Ф.Г., Казеева Е.М. Эффективность сельскохозяйственных организаций Самарской области – достижения и проблемы // Экономика сельского хозяйства России. – 2015. – № 7. – С. 9–15.

3. *Костяев А.И., Никонова Г.Н.* Агрэкономическая наука России: вчера, сегодня, завтра // Никоновские чтения. – 2018. – № 23. – С. 7–12.
4. *Маслакова В.* Статистический анализ эффективности инвестирования в сельское хозяйство регионов России // АПК: экономика и управление. – 2018. – № 9. – С. 32–43.
5. *Морозюк Ю.В., Горбатенко А.П.* Сельскохозяйственные предприятия на современном этапе развития экономики Российской Федерации // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2014. – № 4–5. – С. 15–16.
6. *Романцева Ю., Галютдинова Д.* Исследование роли сельского хозяйства в формировании доходов регионов // АПК: экономика, управление. – 2018. – № 9. – С. 22–32.
7. *Рыкова И.Н.* Концепция развития сети оптово-распределительных центров для сбыта сельскохозяйственной продукции: от идеи до реализации http://www.nifi.ru/images/FILES/Events/MTPP_orc_Rycova/gucova_23112017.pdf (дата обращения: 06.02.2019).
8. *Сидорчукова Е.В.* Повышение финансового результата организаций аграрного сектора как основа развития сельских территорий / Е.В. Сидорчукова, Н.П. Агафонова, М.М. Новикова, А.П. Фурсова // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 5 (94). – С. 411–416.

References

1. *Aganbegyan A.G.* Sustainable agricultural growth and financial security // Money and the credit. – 2017. – № 7. – P. 3–9.
2. *Harutyunyan F.G., Kazeeva E.M.* The Efficiency of agricultural enterprises of the Samara region – achievements and challenges // Economics of agriculture of Russia. – 2015. – № 7. – P. 9–15.
3. *Kostyaev A.I., Nikonova G.N.* Agro-economic science in Russia: yesterday, today, tomorrow // Nikon reading. – 2018. – № 23. – P. 7–12.
4. *Maslakov V.* Statistical analysis of the efficiency of investment in agriculture in the regions of Russia // agribusiness: Economics and management. – 2018. – № 9. – P. 32–43.
5. *Morozyuk Yu.V., Gorbatenko A.P.* Agricultural enterprises at the present stage of economic development of the Russian Federation // Innovative economy: information, Analytics, forecasts. – 2014. – № 4–5. – P. 15–16.
6. *Romantseva Yu., Galyautdinova D.* Study of the role of agriculture in the formation of regional income // Agribusiness: Economics, management. – 2018. – № 9. – P. 22–32.
7. *Rykova I.N.* The concept of development of a network of wholesale and distribution centers for the sale of agricultural products: from idea to implementation http://www.nifi.ru/images/FILES/Events/MTPP_orc_Rycova/rycova_23112017.pdf (data obrashcheniya: 06.02.2019).
8. *Sidorkova E.V.* Improvement of the financial result of the organizations of the agricultural sector as the basis for the development of rural areas / E.V. Sidorkova, N.P. Agafonov, M.M. Novikov, A.P. Fursova // Economics and entrepreneurship. – 2018. – № 5 (94). – P. 411–416.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ НАЙМА И ОТБОРА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Рубан Марк Станиславович,

канд. экон. наук, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга,

e-mail: mruban@miiv.ru,

Московский университет им. С.Ю.Витте, г. Москва,

Хованская Инна Дмитриевна,

магистрант 2 курса,

e-mail: innakh-95@mail.ru,

Московский университет им. С.Ю.Витте, г. Москва

Условия рыночной экономики характеризуются инфляционным процессом, кризисными явлениями и жесткой финансовой политикой, проводимой государством. В подобных условиях каждое предприятие пытается удержаться на плаву, и в связи с этим все большую актуальность приобретает эффективное управление человеческими ресурсами. На сегодняшний день не все работодатели осознают, что одним из определяющих факторов эффективности бизнеса выступает профессионально организованный отбор персонала. Ранее процесс отбора квалифицированных сотрудников ограничивался лишь оценкой качеств будущих сотрудников, которые обращались за необходимостью работы по своей инициативе. В настоящее же время разработаны эффективные методы поиска новых соискателей и отбора наиболее подходящих кандидатов для определенного вида вакансий, направленные на привлечение как можно большего числа претендентов.

Ключевые слова: персонал, кадровая политика, отбор персонала, набор персонала, принципы и способы набора персонала

IMPROVING THE RECRUITMENT AND SELECTION OF STAFF

Ruban M.S.,

PhD in economics head of department management and marketing,

e-mail: mruban@miiv.ru,

Moscow Witte University,

Khovanskaya I.D.,

2 year master's student,

e-mail: innakh-95@mail.ru,

Moscow Witte University

The conditions of the market economy are characterized by the inflationary process, crisis phenomena and rigid financial policy pursued by the state. In such circumstances, every company is trying to keep afloat, and in this regard, more and more important is the effective management of human resources. Today, not all employers realize that one of the determining factors of business efficiency is professionally organized selection of personnel. Previously, the process of selecting qualified staff had been limited to assessing the quality of future staff who had applied for work on their own initiative. At the same time, effective methods of searching for new applicants and selecting the most suitable candidates for a certain type of vacancies have been developed, aimed at attracting as many applicants as possible.

Keywords: personnel, personnel policy, personnel selection, recruitment, principles and methods of recruitment

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-31-36

Введение

Актуальность темы обусловлена тем, что отбор персонала считается одним из важных моментов в создании эффективной работы в организации в целом, так как именно от персонала зависит успех организации. Процесс отбора персонала различен во всех организациях. Критериями отбора служат различные показатели, которые зависят от финансового положения компании, ее уровнем на рынке труда, а также и требований самого нанимаемого.

В современных экономических условиях недостаточное внимание к компетентностному аспекту отбора сотрудников может существенно снижать эффективность работы всей организации. Вопрос квалификации не является исчерпывающим вопросом в отборе сотрудников. Компетенции личности могут оказывать огромное влияние на эффективность работы. Человеческий ресурс является мотором любой организации, и ошибки при отборе сотрудников обходятся слишком дорого. Противоречие между значением компетенций сотрудников и практикой профессионального отбора выступили проблемой исследования.

Любое предприятие работает и развивается по определенным правилам, которые продиктованы всей системой в целом. Совокупность этих правил, направленных на достижение определенных целей, составляют политику организации, в сфере финансов, партнеров, конкурентов. Кадровая политика – это система принципов и норм, приводящих человеческий ресурс в соответствие со стратегией предприятия. Все решения, принимаемые внутри организации, продукты или услуги, которые разрабатываются и поставляются на рынок, часто зависят от человеческих ресурсов, составляющих организацию [11, с. 56].

В то же время, кадровая политика является ключевым направлением в работе по найму персонала на предприятии. Она имеет свои характерные особенности, например, связь со стратегией развития фирмы, значимость роли персонала, наличие системы взаимосвязанных функций и процедур по работе с персоналом, управление процедурой найма и отбора персонала, которое направлено на привлечение и последующее удержание высококвалифицированных работников [3, с. 269].

Найм персонала представляет собой важный этап в работе с кадрами, который в первую очередь включает расчет потребности в персонале, построение модели рабочих мест, профессиональный отбор кадров и формирование резервов.

Ключевым звеном в процессе найма персонала можно назвать определение адекватных требований к кандидатам. Документированной основой для разработки таких требований являются должностная инструкция и профессиограмма [6, с. 33–37]. Однако большинство российских работодателей все реже используют профессиограмму, которая направлена на описание особенностей конкретной профессии, раскрывающая специфику профессионального труда и требований, которые предъявляются к сотруднику.

В конкурирующей среде побеждают предприятия, обладающие наиболее квалифицированным, обученным и мотивированным персоналом, который в совокупности создает высокопроизводительный коллектив-команду. Для каждой организации человеческий потенциал работников имеет основополагающее значение. Необходимо заметить, что в наибольшей мере способности персонала проявляются в благоприятных социально-экономических и психологических условиях.

Нет универсально «хороших» и «плохих» кандидатов, есть те, кто подходит для этой организации и этой работы, и те, кто не подходит. Правильная постановка задачи при поиске персонала является фактором, предопределяющим отбор методов оценки.

Разумное использование имеющихся инструментов в организации может позволить обойтись без очередного нового набора. В виду этого, важно выделить преимущества внутреннего найма, который предопределяет эффективность функционирования этой системы:

- увеличение возможностей карьерного роста сотрудников, повышение лояльности и приверженности организации;
- улучшение социально-психологического климата в коллективе;
- укрепление авторитета руководства в глазах сотрудников;
- снижение трудностей адаптации;

- относительно небольшие затраты;
- оперативность.

Одновременно внешние источники найма персонала позволяют обеспечить более широкий выбор среди претендентов на должность, при этом удовлетворяется абсолютная потребность в кадрах. Появляется новый импульс в развитии организации [5, с. 15–21].

В последнее время многие организации в целях оптимизации внутренних бизнес-процессов, повышения эффективности деятельности отдела кадров и качества оказываемых услуг в организациях стараются оптимизировать процесс отбора кадров. В его основу должен быть положен принцип оптимальности и эффективности. Существующие недостатки должны быть устранены, а достоинства сохранены [7, с. 27–28].

В нашей стране наблюдается кризис труда, тенденция к снижению интереса и внимания к проблемам труда и найма персонала. В то же время «персонал должен быть инициативным, обладать высокой квалификацией и напористостью» [1, с. 20–23]. Все это предопределяет процесс совершенствования системы отбора и найма.

Для начала обратимся к практике организаций, которые достаточно эффективно и масштабно используют основные процедуры поиска и отбора кадров (рисунок 1).

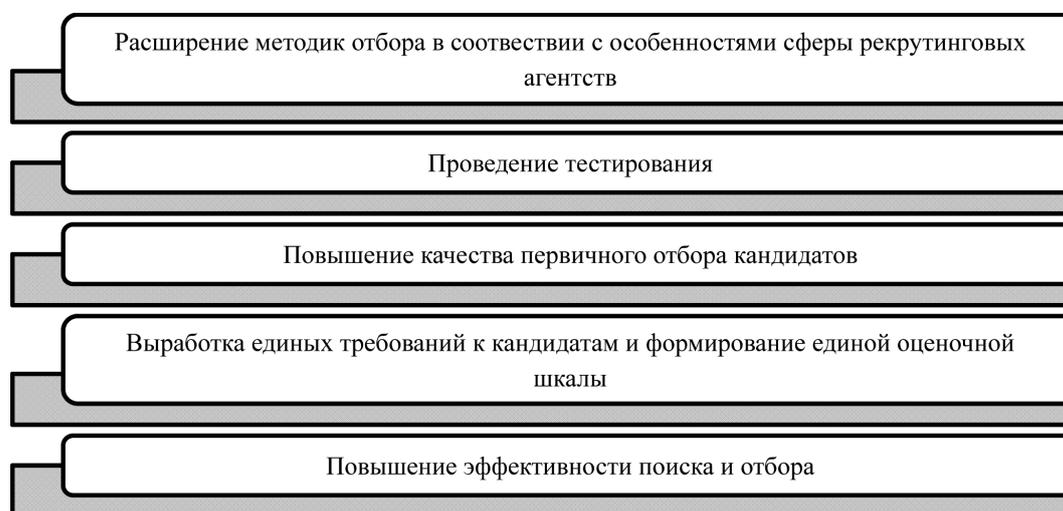


Рисунок 1 – Основные процедуры поиска и отбора персонала в организации [3, с. 269]

Как показал анализ, на большинстве российских предприятий отсутствует эффективная система отбора и найма, которая связана с нижеуказанными недостатками [4, с. 276]:

- получение заявки о необходимости поиска кандидата на вакантную должность реализуется крайне редко;
- слабый выбор каналов поиска и подачи объявления;
- недостаточное получение откликов от соискателей;
- анализ резюме и первичный отбор проходит без соответствующей методики;
- запрос дополнительных сведений и документов чаще всего не осуществляется;
- анкетирование и тестирование проводится редко;
- собеседование слабо структурированное;
- вторичный отбор практически не проводится;
- выбор кандидата без участия комиссии;
- решение о зачислении в штат и долгосрочном сотрудничестве односторонний.

Поэтому предлагается использовать усовершенствованную методику отбора персонала, которая будет способствовать устранению недостатков. Данная методика состоит из следующих этапов [10, с. 95–98]:

1. В отдел кадров от Генерального директора поступают заявки в устной и письменной форме о необходимости поиска и подбора персонала.

2. Отталкиваясь от заданных условий, сотрудники отдела кадров производят выбор оптимальных каналов поиска сотрудников (в зависимости от должности, срочности и иных условий) и публикуют объявления об открытых вакансиях, указывая в них: наименование должности, условия работы, основные должностные обязанности, требования к соискателю, уровень и условия оплаты труда, адрес работы.

3. В режиме реального времени менеджер по делопроизводству получает отклики от соискателей посредством: электронной почты, официального сайта,

телефонных звонков. Вместе с откликом соискателей отдел кадров получает резюме.

4. Менеджер по делопроизводству изучает и анализирует присланные на электронную почту резюме на предмет соответствия соискателей заявленным требованиям и опыту работы в аналогичной должности. Также менеджер по делопроизводству проводит самостоятельный поиск и анализ резюме соискателей, расположенных на специализированных порталах в сети Интернет и собственной базе.

5. После первичного отбора отдел кадров запрашивает у потенциально подходящих кандидатов ряд документов (автобиографию, копию документов об образовании и повышении квалификации, резюме с предыдущих мест работ и перечень исследовательских работ – для отдельных категорий сотрудников).

6. Сформировать единую методику собеседования, проводимую в несколько этапов с присутствием комиссии.

В виду слишком большого срока отбора собеседования рекомендуется сократить по времени.

7. После проведения собеседований, отдел кадров анализирует всю имеющуюся информацию о кандидате, полученную в ходе очных и заочных методов, и производит критериальную оценку соискателя по степени совместимости с вакантной должностью.

8. Наконец, максимально подходящий кандидат официально принимается в штат организации. В случае принятия положительного решения, кандидат собирает и приносит в отдел кадров все необходимые документы.

Отдельно остановимся на оценочной шкале кандидатов. Она должна быть построена на принципах объективности и ранжирования. Предполагается, что в ее основу должны быть заложены следующие качества: пол, возраст, семейное положение, уровень профессиональной подготовки, исследовательские навыки (для отдельных категорий работников), опыт работы в аналогичной должности, отзывы и рекомендации с предыдущих мест работы, личностные качества, заинтересованность в карьерном росте, готовность к переработкам, удовлетворенность условиями труда [8, с. 73–90].

Оценку предлагается проводить по 5-ти бальной шкале (от 1 до 5) по каждому из критериев, принимая за эталонное значение оценку в 5 баллов (идеальное состояние). Расчет интегральных значений может быть произведен посредством технологий программы Microsoft Excel.

Большинство зарубежных систем отбора, например, таких как Effective Employee Selection System (EESS) используют подобную форму собеседования, поэтому в дополнение ими рекомендуется еще проводить обучение интервьюера, чтобы обеспечить последовательность и выбор эффективных методов собеседования. Кроме того, обучение интервьюера может быть проведено всего за 2 часа с использованием эффективной программы обучения интервьюер-онлайн [4, с. 244].

Кроме того, мониторинг системы отбора также позволит улучшить бизнес-процессы, обеспечит скорость прохождения кандидатов, эффективность, точность и справедливость в процессе отбора и найма персонала. И, учитывая критичность процессов отбора, обеспечит улучшение процессов и инвестиций в человеческий капитал [9, с. 648].

Итогом станет возможность расчета среднего рейтинга кандидата (в сравнении с эталоном). Это позволит не только составить общее оценочное суждение о кандидате, но и:

- повысить прозрачность оцениваемых критериев;
- ранжировать соискателей по степени соответствия;
- повысить объективность оценки.

Также рекомендуется создать единый электронный каталог соискателей, где будут сохранены все параметрические данные.

Основная задача подбора и расстановки персонала заключается в решении проблемы оптимального размещения персонала в зависимости от выполняемой работы [12, с. 399].

Заключение

Перед менеджерами по отбору персонала стоит задача качественного отбора кадров. Задача эта не является простой изначально. Критерии отбора и найма достаточно высоки, и, на современном этапе развития экономики требования к кадрам неизмеримо возрастают с каждым днем. Теперь большое значение имеют не только высокие деловые качества, но и широта экономического мышления, предприимчивость, умение видеть перспективу развития предприятия, обладать психологическими качествами, помогающими налаживать эффективные формы общения в коллективе [2, с. 90–95], а также немало важны личные качества персонала. Все эти факторы влияют на объективность в выборе наиболее подходящего кандидата. С помощью грамотно выстроенной методики отбора и найма сотрудников возможно развитие потенциала новых работников, позволяющих компании выйти на более высокий уровень.

Таким образом, для устранения недостатков системы отбора персонала сотрудникам по подбору и найму кадров необходимо разработать проект по совершенствованию действующей системы в организации. Эффективность управления в решающей степени зависит от качественной работы менеджеров по персоналу, являющихся профессионалами в своем деле.

Делая вывод, мероприятия по совершенствованию систем отбора и найма на российских компаниях состоят из следующих рекомендаций:

- отбор и найм персонала должны осуществлять только квалифицированные и обученные сотрудники HR;
- необходимо использовать проверенные и качественные каналы для поиска и подачи объявлений о вакансиях;
- во многих компаниях анализ резюме и первичный отбор проходит без соответствующей методики, поэтому необходимо выстроить единую и уникальную систему проведения собеседований (например, проводить собеседование в несколько этапов с участием комиссии, разработать индивидуальные анкетирование и тестирование, подходящие под предполагаемую должность, оценивать претендентов по 5-ти бальной шкале);
- запрашивать дополнительные сведения и документы у соискателей;
- создать единую электронную базу претендентов на должность.

Реализация предложенных мероприятий позволит значительно оптимизировать процесс отбора персонала, и, следовательно, повысит эффективности кадрового менеджмента в целом. В результате их реализации российские компании могут получить значимый социально-экономический эффект.

Список литературы:

1. Барнякова А.В. Роль отбора персонала в управлении персоналом организации // Science Time. – 2014. – № 4. – С. 20–23.
2. Газизов Р.Р. Инновационные подходы к управлению персоналом и их реализация с позиции функций управления [Текст] // Уровень жизни населения регионов России. – 2017. – № 9. – С. 90–95.
3. Иванова С. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. Электрон. текстовые данные. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 269 с.
4. Исаева О.М., Приорова Е.А. Управление человеческими ресурсами: учебное пособие для вузов. – М.: Юрайт, 2016. – 244, 276 с.
5. Лобанова Т.Н. Влияние доминирующих трудовых интересов на деятельность сотрудников организации [Текст] // Организационная психология – 2016. – № 2. – С. 15–21.
6. Малова И.И. Современные стратегии и концепции системы мотивации и вознаграждения персонала на основе сбалансированной системы показателей [Текст] // Менеджмент в России и за рубежом. – 2016. – № 4. – С. 33–37.
7. Макеев В. Корпоративная культура в организации [Текст] // Власть. – 2017. – № 4. – С. 27–28.
8. Маслов Е.В. Управление персоналом: технология и идеология // Организационная психология. – 2015. – № 1. – Т. 5. – С. 73–90.
9. Музыченко В.В. Мастер-класс по управлению персоналом [Текст]. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2017. – 648 с.

10. *Rora V.* Опыт управления персоналом [Текст] // Трудовое право. – 2017. – № 6. – С. 95–98.
11. *Сергеева Г.П., Чижова Л.С.* Эффективное использование трудового потенциала. – М.: Знание. – 2015. – 56 с.
12. *Шкатулла В.И.* Настольная книга менеджера по кадрам [Текст]. – М.: НОРМА, 2017. – 399 с.

References

1. *Barnyakova A.V.* Rol' otbora personala v upravlenii personalom organizatsii // Science Time. – 2014. – № 4. – С. 20–23.
2. *Gazizov R.R.* Innovatsionnye podhody k upravleniyu personalom i ih realizatsiya s pozitsii funktsij upravleniya [Текст] // Uroven' zhizni naseleniya regionov Rossii. – 2017. – № 9. – С. 90–95.
3. *Ivanova S.* Iskustvo podbora personala: Kak ocenit' cheloveka za chas. Elektron. tekstovye dannye. – М.: Al'pina Pablisher, 2016. – 269 s.
4. *Isaeva O.M., Priporova E.A.* Upravlenie chelovecheskimi resursami. Uchebnoe posobie dlya vuzov. – М.: Yurajt, 2016. – 244, 276 s.
5. *Lobanova T.N.* Vliyanie dominiruyushchih trudovyh interesov na deyatel'nost' sotrudnikov organizatsii [Текст] // Organizatsionnaya psihologiya. – 2016. – № 2. – С. 15–21.
6. *Malova I.I.* Sovremennye strategii i koncepcii sistemy motivatsii i voznagrazhdeniya personala na osnove sbalansirovannoy sistemy pokazatelej [Текст] // Menedzhment v Rossii i za rubezhom. – 2016. – № 4. – С. 33–37.
7. *Makeev V.* Korporativnaya kul'tura v organizatsii [Текст] // Vlast'. – 2017. – № 4. – С. 27–28.
8. *Maslov E.V.* Upravlenie personalom: tekhnologiya i ideologiya // Organizatsionnaya psihologiya. – 2015. – № 1. – Т. 5. – С. 73–90.
9. *Muzychenko V.V.* Master-klass po upravleniyu personalom [Текст]. – М.: GrossMedia: ROSBUH, 2017. – 648 s.
10. *Rora V.* Опыт управления персоналом [Текст] // Трудовое право. – 2017. – № 6. – С. 95–98.
11. *Sergeeva G.P., Chizhova L.S.* Effektivnoe ispol'zovanie trudovogo potentsiala. – М.: Znanie. – 2015. – 56 s.
12. *Shkatulla V.I.* Nastol'naya kniga menedzhera po kadram [Текст]. – М.: NORMA, 2017. – 399 s.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Цымбулова Мария Сергеевна,
заместитель директора,
e-mail: masik1992@bk.ru,
ООО «Агроторг», Москва

В рамках развития образовательной системы Российской Федерации проблема создания системы оценки качества деятельности дошкольных образовательных учреждений является одной из главных.

В статье рассматривается проблема оценки качества деятельности в дошкольных образовательных учреждениях как организациях, оказывающих услуги, а также предлагается оценка качества с позиции потребителей образовательных услуг, тогда как на данный момент преобладают методики оценки, основанные на таких объектах, как «образовательная среда» и «образовательные результаты детей». На данный момент отсутствует единая методика оценки эффективности деятельности дошкольных образовательных учреждений.

В качестве одного из направлений по обозначенной проблеме представлен опыт Муниципального бюджетного образовательного учреждения «Детский сад № 110» г. Рязани по использованию предложенной методики для оценки качества деятельности дошкольной образовательной организации в части таких показателей, как «физическая безопасность» и «здоровье ребенка» и соответствующих индикаторов.

Результаты анализа показали состоятельность предлагаемых показателей и индикаторов, что позволит дошкольным учреждениям осуществлять внутренний мониторинг, а также определить свои сильные и слабые стороны в направлении оценки деятельности с точки зрения организаций, оказывающих услуги.

Ключевые слова: качество, оценка качества деятельности дошкольного образовательного учреждения

METHODS OF QUALITY EVALUATION IN PRESCHOOL EDUCATIONAL INSTITUTIONS ACTIVITY

Tsymbolova M.S.,
deputy director,
e-mail: masik1992@bk.ru,
LLC Agrotorg, Moscow

As part of the development of the educational system of the Russian Federation, the problem of creating a system of assessing the quality of preschool educational institutions is one of the main.

The article deals with the problem of assessing the quality of activities in pre-school educational institutions as organizations that provide services, and also offers an assessment of quality from the perspective of consumers of educational services, while at the moment the methods of evaluation based on such objects as «educational environment» and «educational results of children» prevail. Now, there is no single method of assessing the effectiveness of preschool educational institutions.

The experience of the Municipal budget educational institution “Kindergarten №110” of the city of Ryazan on the use of the proposed methodology for assessing the quality of activities of preschool educational organizations in terms of indicators such as “physical safety” and “child health” and related indicators is presented as one of the areas on the identified problem.

The results of the analysis showed the consistency of the proposed indicators and indicators, which will allow pre-school institutions to carry out internal monitoring, as well as to determine their strengths and weaknesses in the direction of assessing the activities from the point of view of organizations providing services.

Keywords: quality, assessment of quality of activity of preschool educational institution

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-37-44

Введение

Согласно одной из популярных точек зрения, независимая оценка качества программ является важнейшим средством информирования заинтересованных лиц (особенно семьи ребенка) о возможных их влияниях на развитие ребенка.

Среди множества подходов, определяющих понятие качества дошкольного образования, инструментов и процедур его оценки на уровне дошкольной организации преобладают те, которые сфокусированы на двух объектах оценки качества образовательной деятельности: образовательной среде и образовательных результатах детей.

1. Образовательная среда. Согласно Федеральному государственному стандарту дошкольного образования Российской Федерации (ФГОС ДО) для обеспечения качественного образовательного процесса в дошкольных организациях и группах должны быть созданы определенные условия развития детей. В разных странах под условиями подразумеваются: предметно-пространственная среда, разные аспекты образовательной деятельности организации, содержание и методы образования, взаимодействие разных субъектов внутри образовательного процесса и т.п. Так, в Российской Федерации в центре внимания находятся психолого-педагогические условия: предметно-пространственная среда и взаимодействие педагогов с детьми. Образовательный процесс и условия его реализации являются составляющими понятия «образовательная среда», которая зачастую выбирается в качестве основного объекта оценки качества дошкольного образования [1, 2].

2. Образовательные результаты детей. Под образовательными результатами понимаются (в разных странах в зависимости от национальных нормативов): знания, умения и навыки детей, динамика детского развития, результаты различной детской активности и т.п. [2, 8].

Сегодня для образовательной системы дошкольной организации основным результатом являются не результаты детского развития, а педагогическое качество – качество условий и процессов, в которых каждый ребенок получает максимум возможностей для своего развития.

На данный момент все внимание государственных органов в сфере образования приковано к дошкольным образовательным учреждениям именно в разрезе качества образования, их образовательной деятельности. Но, все равно, как уже описывалось раньше, до сих пор, а это уже почти 6 лет – не сформирована единая методика оценки качества образования.

Хочется заострить внимание на дошкольных образовательных учреждениях как на организациях, оказывающих услуги. Всем родителям на этапе дошкольного образования в большей степени важна физическая безопасность и здоровье их детей, нежели само образование, тем более дошкольный уровень образования в РФ является необязательным, а в соответствии с ФГОС ДО теперь педагоги не обязаны учить и развивать детишек, а только способствовать их развитию. То есть все бремя обучения детей, согласно новому законодательству, ложится на плечи родителей [6].

Именно родители, как главные потребители услуг дошкольной образовательной организации (как законные представители своих несовершеннолетних детей) должны принимать непосредственное участие в оценке качества услуг, предоставляемых дошкольным образовательным учреждением. Поэтому хочу предложить методику оценки качества и эффективности деятельности дошкольной образовательной организации именно с позиции учреждения, предоставляющего услуги. Данная методика подходит как для оценки дошкольной организации родителями, так и руководством в целях обеспечения соответствия ожиданиям потребителей [7].

1. Методика оценки деятельности дошкольного образовательного учреждения

После изучения нормативных документов, регулирующих деятельность дошкольных образовательных учреждений, а также после проведения опрос-анкетирования родителей, чьи дети посещают Муниципальное бюджетное дошкольное образовательное учреждение «Детский сад № 110» г. Рязани, мной предложена следующая методика оценки результативности деятельности дошкольного образовательного учреждения.

В основу методики положено процентное соотношение количества критериев с ответом «полностью соответствует», «частично соответствует», «не соответствует совсем». Критериями оценки выступают требования нормативных документов, а также ожидания потребителей (родителей), так как деятельность любой организации, предлагающей те или иные услуги, направлена именно на потребителей.

Данная система оценки деятельности ориентирована как на ожидания и запросы потребителей, так и на интересы и запросы самой организации.

Целью данной системы оценки является выявление сильных и слабых сторон организации в соответствии с ожиданиями потребителей.

Основными задачами системы оценки результативности деятельности дошкольной образовательной организации являются:

- соблюдение требований законодательства в области образовательной деятельности;
- соблюдение санитарных норм и правил ведения образовательной деятельности, а также осуществления присмотра и ухода за детьми;
- соблюдение требований договоров, заключаемых между дошкольной образовательной организацией и законными представителями детей;
- получение достоверной информации о качестве предоставляемых услуг;
- наблюдение и анализ как отдельных, так и комплексными составляющих деятельности дошкольного образовательного учреждения;
- разработка предложений и мероприятий, призванных устранить причины возникновения выявленных недостатков, повысить уровень удовлетворенности потребителей;
- разработка предупреждающих мероприятий;
- изучение степени удовлетворенности потребителей услуг дошкольных образовательных организаций.

Оценка качества деятельности ДООУ включает несколько этапов:

- выделение показателей качества;
- определение критериев оценки (эталона, требования или стандарта), на основе чего будет оцениваться данный показатель;
- формирование шкалы уровней достижения критерия качества и разработка инструментария;
- организация сбора, обработки, анализа, интерпретации полученных данных, представление и распространение обобщенной информации для разных категорий пользователей;
- организация широкого общественного и профессионального обсуждения;
- подготовка рекомендаций по совершенствованию системы образования и принятия управленческих решений [4].

Предлагаемые показатели и критерии оценки качества деятельности дошкольной образовательной организации представлены в листе оценки качества деятельности, который состоит из четырех частей (таблицы 1–3).

По каждому из критериев предлагается выбрать соответствующий вариант ответа:

- 1) полностью соответствует;
- 2) частично соответствует;
- 3) не соответствует совсем.

В процессе выставления оценок родители могут обращаться с вопросами к воспитателям, руководителям дошкольной образовательной организации, так как некоторые показатели скрыты от их глаз (например критерий номер 14 раздела «Здоровье ребенка»).

Таблица 1 – Лист оценки результатов деятельности дошкольного образовательного учреждения. Часть 1

Часть 1. Физическая безопасность			
Критерий оценки	ПОЛНОСТЬЮ соответствует	ЧАСТИЧНО соответствует	НЕ соответствует совсем
1. Круглосуточная охрана ¹	●		
2. Наличие ограждения по периметру территории, находится в исправном состоянии ²		●	
3. Домофон на калитках при входе на территорию ¹			●
4. Калитки закрыты в течение всего рабочего дня во избежание проникновения посторонних лиц на территорию ДООУ, а также самовольного ухода детей с территории ¹			●
5. Домофон на входных дверях здания ¹	●		
6. Наличие тревожной кнопки ¹	●		
7. Пожарная сигнализация исправна, имеется вся необходимая документация ¹	●		
8. Видеонаблюдение на территории учреждения, а также в помещении ¹			●
9. Наличие освещения территории, находится в исправном состоянии ²			●
10. Асфальтовое покрытие в хорошем состоянии ²		●	
11. Запасные выходы не закрыты (но опечатаны), не захламлены ¹	●		
12. Ежедневный утренний осмотр территории детского сада ¹	●		
13. Опил деревьев и кустарников, спил травмоопасных деревьев ²		●	
14. Очистка от снега, посыпка территории песко-соляной смесью, удаление сосулек с крыши, очистка крыши от снега в зимний период		●	
15. Вся мебель прочная, в хорошем состоянии, надежно закреплена ²	●		
16. Розетки находятся в недоступных для детей местах	●		
17. Напольное покрытие не скользкое ²	●		
18. Светильники на потолке закрытого типа; в спортивном зале – с защитными решетками ²	●		
19. Оконные ручки находятся все зоны досягаемости для детей	●		
20. Посуда без сколов и трещин, обрабатывается, моется и хранится согласно санитарным правилам и нормативам ²	●		
21. Маркировка постельного белья, полотенце для каждого воспитанника ²	●		
22. В должностных инструкциях работников ДООУ прописан запрет на физическое и психологическое давление	●		
23. Зоны для уединения детей в помещении и на территории ДООУ хорошо просматриваются воспитателем ³			●

Таблица 2 – Лист оценки результатов деятельности дошкольного образовательного учреждения. Часть 2

Часть 2. Здоровье детей			
Критерий оценки	ПОЛНОСТЬЮ соответствует	ЧАСТИЧНО соответствует	НЕ соответствует совсем
1. Ежедневный осмотр детей медицинским работником/воспитателем с целью предупреждения попадания заболевшего ребенка в группу ²		●	
2. При различных инфекционных заболеваниях в группах объявляется карантин, производятся соответствующие меры дезинфекции ¹	●		
3. Медицинский осмотр детей раз в год		●	

¹ Приказ Федерального агентства по образованию Российской Федерации от 11.11.2009 № 2013 «О мерах по обеспечению пожарной и антитеррористической безопасности образовательных учреждений».

² Постановление главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 15.05.2013 № 26 «Об утверждении СанПиН 2.4.1.3049-13 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы дошкольных образовательных организаций».

³ Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция «Об образовании в Российской Федерации».

4. С-витаминизация третьих блюд ²	•		
5. Вакцинация по национальному календарю прививок (с письменного согласия родителей) ⁴	•		
6. Осмотр территории на предмет грибов, колющих и режущих предметов ²		•	
7. Инструктаж сотрудников дошкольного учреждения по охране жизни и здоровья детей периодичностью раз в полгода	•		
8. Памятки, бюллетени вывешиваются в раздевалках группы, в саду	•		
9. Проводятся тематические собрания для родителей		•	
10. Текущие влажные (3 раза в день) и генеральные (1 раз в месяц) уборки ²	•		
11. Проветривание групп ²		•	
12. Кварцевание групп 1 раз в день ²	•		
13. Наличие медицинской книжки у всех работников ДООУ ⁵	•		
14. При составлении меню используются технологические карты ²	•		
15. При приемке продуктов питания проверяются сопроводительные документы, проводится органолептическая оценка. Продукты ненадлежащего качества возвращаются поставщику	•		
16. Соблюдены все правила и нормы хранения продуктов питания, температурный режим, режим влажности, присутствует маркировка на всех продуктах питания ²		•	
17. Перед началом приготовления питания для детей повар проводит органолептическую оценку сырых продуктов	•		
18. Вся еда подается в обработанном виде (кроме фруктов) ²	•		

Затем отдельно подсчитывается количество показателей, получивших ответы 1, 2 и 3, и выражается в процентном соотношении от общего количества показателей.

Также в листе оценки добавлены такие разделы, как «Степень удовлетворенности деятельностью ДООУ», в котором необходимо проставить числовое значение, которое соответствует степени удовлетворенности родителей деятельностью ДООУ, и «Замечания и предложения по деятельности ДООУ», в котором, в случае низкой оценки предыдущего показателя, можно оставить свои отзывы, замечания и предложения, направленные на повышение качества работы ДООУ.

Таблица 3 – Лист оценки результатов деятельности дошкольного образовательного учреждения. Часть 3 и 4

Часть 3. «Степень удовлетворенности деятельностью ДООУ»									
Оцените степень своей удовлетворенности деятельностью ДООУ по шкале от 1 до 10, где 1 – совсем не удовлетворен, 10 – полностью удовлетворен									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Часть 4. «Замечания и предложения родителей по деятельности ДООУ»									
- отсутствие видеонаблюдения; - отсутствие уличного освещения; - ограждения по периметру территории требует ремонта									

Данные разделы могут заполняться как при оценке деятельности ДООУ родителями, так и работниками образовательной организации.

2. Апробация модели оценки деятельности образовательного учреждения

Система оценки качества дошкольного образования – это совокупность организационных и функциональных структур, норм и правил, диагностических и оценочных процедур, обеспечивающих на единой основе оценку эффективности деятельности ДООУ с учетом запросов участников образова-

⁴Приказ Министерства здравоохранения РФ от 21 марта 2014 г. № 125н «Об утверждении национального календаря профилактических прививок и календаря профилактических прививок по эпидемическим показаниям».

⁵Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 12 апреля 2011 г. № 302н «Об утверждении перечней вредных и (или) опасных производственных факторов и работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования), и Порядка проведения обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров (обследований) работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда» (с изменениями и дополнениями).

тельного процесса. Разработка и апробация системы оценки деятельности образовательного учреждения проводилась на базе муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Детский сад № 110» г. Рязань в течение 2018–2019 учебного года [3, 5].

Оценка деятельности дошкольного образовательного учреждения согласно разработанной ранее методике проводилась в марте месяце.

В оценке принимала участие группа родителей, состоящая из пяти человек. В процессе оценки был заполнен один оценочный лист.

В результате проведенного исследования были получены результаты, представленные в таблице 4.

Таблица 4 – Оценка результатов МБДОУ «Детский сад № 110»

Показатель	Полностью соответствует		Частично соответствует		Не соответствует совсем	
	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
Физическая безопасность	14	60,9	4	17,4	5	21,7
Здоровье детей	12	66,6	6	33,4	-	-

1) 14 критериев показателя «Физическая безопасность», что соответствует 60,9 % от общего числа оцениваемых критериев, полностью соответствуют требованиям нормативных документов и ожиданиям родителей;

2) 4 критерия показателя «Физическая безопасность», что соответствует 17,4 % от общего числа оцениваемых критериев, лишь частично соответствуют требованиям нормативных документов и ожиданиям родителей;

3) 5 критериев показателя «Физическая безопасность», что соответствует 21,7 % от общего числа оцениваемых критериев, совсем не соответствуют требованиям нормативных документов и ожиданиям родителей;

4) 12 критериев показателя «Здоровье детей», что соответствует 66,6 % от общего числа оцениваемых критериев, полностью соответствуют требованиям нормативных документов и ожиданиям родителей;

5) 6 критериев показателя «Здоровье детей», что соответствует 33,4 % от общего числа оцениваемых критериев, лишь частично соответствуют требованиям нормативных документов и ожиданиям родителей;

б) не выявлено ни одного критерия показателя «Здоровье детей», который совсем не соответствует требованиям нормативных документов и ожиданиям родителей.

Проанализировав полученные данные, можно сделать следующие выводы:

а) по показателю «Физическая безопасность»:

- необходим ремонт ограждения по периметру территории, установка освещения на территории ДОУ, а также камер видеонаблюдения;

- родители хотели бы видеть домофон не только на дверях здания ДОУ, но и на входных калитках, так как на текущий момент на территорию образовательного учреждения может пройти посторонний;

- асфальтовое покрытие на территории ДОУ частично повреждено;

- не все травмоопасные деревья и кустарники спилены;

- как на территории, так и в группах ДОУ имеются места для уединения воспитанников, которые не просматриваются педагогом, необходимо пересмотреть расстановку мебели в группах, а также исправить данную ситуацию и на детских площадках, предназначенных для прогулок;

б) по показателю «Здоровье детей»:

- родители хотели бы, чтобы ежедневный утренний осмотр детей медработником или педагогом перед посещением детского сада проводился тщательнее, так как имеют место быть ситуации, когда заболевшего ребенка приводят в образовательное учреждение;

- медицинский осмотр проводится только для детей, поступающих в детский сад, а также для выпускников образовательного учреждения, логично было бы проводить ежегодный медицинский осмотр для всех групп;

- родителям хотелось бы, чтобы руководство ДОУ проводило больше тематических собраний;

- осмотр территории на предмет колющих, режущих предметов и грибов проводится, но не все дни заполнены в специальном журнале.

Степень удовлетворенности деятельностью муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения родители оценили на 7 баллов из возможных 10, что является хорошим результатом.

Исходя из проанализированных данных можно сделать вывод, что потребители услуг муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Детский сад № 110» вполне довольны качеством предоставляемых услуг. В ходе проведения оценки были выявлены некоторые нарушения, о которых руководство детского сада поставлено в известность.

Заключение

Предлагаемая нами методика оценки деятельности дошкольного образовательного учреждения основана на требованиях нормативных документов, а также на пожеланиях непосредственных потребителей услуг детского сада, что является ее непосредственным преимуществом, так как в последнее время деятельность образовательных организаций принято оценивать только согласно требованиям нормативных документов. В ней отражены главные показатели, которые на данный момент волнуют родителей больше всего, подобран исчерпывающий перечень критериев, помогающих всесторонне оценить деятельность образовательного учреждения в рамках выбранных показателей.

Создание единой методики оценки качества деятельности дошкольного образовательного учреждения призвана обеспечить единство требований к услугам, которые оно оказывает, а также создаст возможность сравнительного анализа деятельности различных дошкольных образовательных учреждений между собой. Наличие единого подхода к пониманию качества деятельности дошкольных образовательных организаций позволит обеспечить согласованность деятельности всех субъектов системы образования.

Список литературы

1. Белолуцкая А.К. Зарубежные модели независимой оценки качества дошкольного образования: опыт Швеции и Германии [Текст] / А.К. Белолуцкая, Т.Н. Леван, Е.Е. Крашениников-Хайт, И.Б. Шиян // СДО. – 2016. – № 6 (68). – С. 72–78.
2. Васильева Т.С. ФГОС нового поколения о требованиях к результатам обучения [Текст] // Теория и практика образования в современном мире: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, январь 2014 г.). – СПб.: Заневская площадь, 2014. – С. 74–76.
3. Комарова Е.С. Как оценить работу детского сада [Текст]: пособие для руководителей ДООУ. – 2-е изд. – М., 2016. – 127 с.
4. Лях Ю.А. Разработка и реализация модели лонгитюдного исследования качества дошкольного образования [Текст] // Ярославский педагогический вестник. – 2017. – № 1. – С. 12–20.
5. Нечаев М.П. Контроль и оценка качества деятельности образовательного учреждения. – М.: Центр «Педагогический поиск», 2017. – 176 с.
6. Платонова Ю. Маркетинг образовательных услуг. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2015. – 120 с.
7. Харченко Л. Научно-методическое обеспечение качества образовательных услуг. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 366 с.
8. Calder P. Methodological reflections on using the Early Childhood Environment Rating Scale as a measure to make cross-national evaluations of quality // Early Childhood Development and Care. – 1996 (126). – P. 27–37.

References

1. Belolutskaia A.K. Foreign models of independent assessment of the quality of pre-school education: the experience of Sweden and Germany [Text] / A.K. Belolutskaia, T.N. Levan, E.E. Krashennikov-Khayt, I.B. Shian // LMS. – 2016. – № 6 (68). – P. 72–78.

2. *Vasilyeva T.S.* GEF of a new generation on the requirements for learning outcomes [Text] // Theory and practice of education in the modern world: materials of the IV Intern. scientific conf. (St. Petersburg, January 2014). – SPb.: Zanevskaya Square, 2014. – P. 74–76.
3. *Komarova E.S.* How to evaluate the work of the kindergarten [Text]: A guide for heads of pre-school. – 2nd ed. – M., 2016. – 127 p.
4. *Lyakh Yu.A.* Development and implementation of a model for a longitudinal study of the quality of pre-school education [Text] // Yaroslavl Pedagogical Journal. – 2017. – № 1. – with. 12–20.
5. *Nechaev M.P.* Control and assessment of the quality of the activities of an educational institution. – M.: Center «Pedagogical search», 2017. – 176 p.
6. *Platonova Ju.* Marketing of educational services. – M.: LAP Lambert Academic Publishing, 2015. – 120 c.
7. *Kharchenko L.* Scientific and methodological quality assurance of educational services. – M.: Direct Media, 2014. – 366 p.
8. *Calder P.* Methodological reflections on the cross-national evaluations of quality // Early Childhood Development and Care. – 1996 (126). – R. 27–37.

АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА В КОМПАНИЯХ САЛОННОГО БИЗНЕСА НА ПЛАТФОРМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ»

Львова Галина Николаевна,
старший преподаватель кафедры экономики и финансов,
e-mail: gallvova@yandex.ru,
Московский университет имени С.Ю. Витте,
филиал в г. Рязани

В статье определено значение автоматизации учета для компаний салонного бизнеса. Проводимый аналитическими агентствами анализ рынка компаний салонного бизнеса показывает тенденцию к росту, в рынке все больше начинают лидировать компании, имеющие многолетний опыт работы и более чем успешную практику. Современный бизнес требует постоянного развития. Реальность подсказывает, что в течение следующих 5 лет, трудно будет представить любую сферу деятельности без внедренной в нее онлайн-записи. Будущее салонов красоты также связано с программами, имеющими онлайн-запись. Благодаря автоматизации процесса записи к мастеру и разгрузки администратора салона не только уменьшаются трудозатраты сотрудников, но и увеличивается конверсия – от визита на ресурс, связанный с салоном, в непосредственно запись на прием. Автоматизация салона красоты позволяет систематизировать большую часть важной информации, облегчить анализ результатов работы сотрудников, повысить конкурентоспособность и рентабельность предприятия. Автоматизация салона красоты так же позволяет получить информацию по указанным запросам всего за несколько минут. Вся необходимая статистика уже будет содержаться в специальной компьютерной программе, и будет требоваться время только на то, чтобы поставить задачу и вывести данные на экран. Кроме того, автоматизация салона красоты значительно упрощает процесс записи клиентов и порядок учета используемых в процессе их обслуживания косметических средств. Автоматизация салона красоты также помогает упорядочить процесс использования товарно-материальных запасов. Настройка системы определенным образом позволяет осуществлять контроль над применением косметических средств и расходных материалов.

Ключевые слова: автоматизация учета, оперативный учет, салонный бизнес, онлайн-запись, регистры, информационная система

AUTOMATION OF ACCOUNTING IN COMPANIES SALON BUSINESS ON THE PLATFORM «1С: ENTERPRISE»

Lvova G.N.,
senior lecturer, department of economics and finance,
e-mail: gallvova@yandex.ru,
Ryazan branch of Moscow Witte University, Ryazan

The article defined the value of automation for company's salon business. By analytical agencies market analysis company's salon business shows an upward trend in the market more and more leading companies with years of experience and more than successful practices. Modern business requires constant development. Reality suggests that within the next 5 years, it would be difficult to imagine any sphere of activity without embedded in her online writing. Future beauty salons also linked to programs with online record. By automating the recording process to the wizard and administrator offload not only reduced labor costs but also increases conversion, from a visit to the resource associated with the salon, directly to make an appointment. Automation of beauty salon allows you to organize a large part of the important information to facilitate analysis of the results of the work of employees, increase the competitiveness and profitability of the company. Automation

of beauty salon just allows you to get information on the queries in just a few minutes. All necessary statistics would be in a special computer program, and only time will be required to put the task and output the data to the screen. In addition, automation of beauty salon greatly simplifies the process of customer records and the accounting treatment used in the course of their care cosmetic means. Automation of beauty salon also helps streamline the process of use of inventories. Configuring the system in a certain manner enables you to exercise control over the use of cosmetic products and consumables.

Keywords: automation of accounting, operational accounting, salon business, online record, registers, information system

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-45-51

Введение

Согласно исследованиям официального сегмента, в России работает порядка 75 тысяч отраслевых организаций, так или иначе связанных с индустрией внешнего вида.

В настоящее время во многих небольших компаниях салонного бизнеса и других учреждениях сферы обслуживания отсутствует какая-либо автоматизация процессов оперативного учета. Все операции по записи на прием, учету материалов зачастую происходят вручную, обычно, при помощи журналов, что сильно сказывается на времени обслуживания. При предварительной записи клиента на прием приходится учитывать дни работы и наличие свободного времени у мастера. Также не всегда понятно наличие необходимых материалов в салоне.

Неправильная организация бизнес-процесса сокращает количество визитов, а также выручку и, как следствие, прибыль. Даже если услуги оказаны качественно, некорректная организация процесса записи может иметь негативные последствия.

Автоматизация бизнеса в настоящее время – это самый оптимальный и эффективный инструмент, позволяющий любой компании снизить трудовые издержки и временные траты на выполнение операций. Тем более это актуально для компании, чьи бизнес-процессы предполагают повторяемость. Основное назначение автоматизации – управляемость бизнеса.

Задачи исследования

Автоматизация салона красоты обеспечивает развитие и рост прибыли заведения за счёт повышения эффективности работы организации:

- формируется единая структурированная база данных клиентов, контрагентов и даже конкурентов;
- выстраивается вся история взаимоотношений с клиентами с контролем переговоров и договорённостей, как с потребителями, так и контрагентами;
- появляются инструменты для проведения результативных маркетинговых мероприятий с целью привлечения и удержания потребителей услуг и товаров;
- экономится время руководителей для решения ключевых задач, сроки исполнения договоров находятся под постоянным контролем;
- у руководителя (владельца) бизнеса имеется управленческая отчётность и доступная статистика оборотов и прибыльности в реальном режиме времени.

Проблемы, которые решает автоматизация салона красоты:

1. Контроль и учет:

- 100 % учёт каждого звонка и каждого клиента;
- удалённый контроль работников и их показателей;
- учёт продаж по всем позициям;
- контроль доходов и расходов по каждой отдельной статье.

2. Повышение эффективности:

- увеличение скорости обслуживания и продаж;
- создание «воронки продаж»;
- определение наиболее результативных работников.

3. Снижение потерь:

- предотвращение потери клиентов;
- выявление неэффективных работников;
- сокращение количества работников за счёт оптимизации процессов.

4. Аналитика и статистика бизнеса:

- анализ динамики продаж по товарам или услугам за любой период времени;
- доступная статистика оборотов, рентабельности, прибыльности компании;
- прогнозирование и формирование бизнес-показателей, необходимых для роста бизнеса.

Описание методов исследования

Методологической основой настоящего исследования являются следующие методы: наблюдение, сравнение, абстрактно-логический, монографический, аналитический, экономико-статистический методы.

Прикладная интерпретация полученных результатов

Автоматизация бизнеса – полный либо частичный переход с ручного выполнения задач на автоматическое, благодаря использованию специальных IT-инструментов. Обычно это многочисленные программные сервисы либо комплексы, которые салон красоты внедряет в свои бизнес-процессы.

Современный рынок программного обеспечения предлагает множество решений в области оперативного учета для компаний салонного бизнеса. Наиболее известны такие программы, как:

1. Арника - программа для управления салоном красоты. Работает по технологии SAAS. Это значит, что никакой установки на компьютер не требуется. Чтобы начать работать, достаточно просто зарегистрироваться. В системе могут одновременно работать несколько человек с нескольких устройств. Количество устройств и пользователей не ограничено. Каждому пользователю можно настроить доступ к определенной информации. Это значит, что владелец сможет видеть и контролировать работу салона, администратор – вести запись клиентов и прием денег, бухгалтер – вводить информацию о товаре. Права и доступ регламентируются компанией самостоятельно и зависят от бизнес-процессов. Предоставляет собственное мобильное приложение [4].

2. X3Soft: Салон красоты – программа для автоматизации салонов красоты, парикмахерских, спа-салонов, соляриев и косметологических клиник. Не является конфигурацией к платформе 1С, но реализовано сопряжение с 1С: Бухгалтерия 8.1, т.е. дает возможность загрузить данные из 1С в программу «X3Soft: Салон красоты» и наоборот.

3. GBooking – это система онлайн-записи на приём и оптимизации ресурсов, разработанная специально как для предприятий сферы обслуживания, так и для компаний салонного бизнеса. Система позволяет записывать клиентов круглосуточно. Позволяет настраивать sms-напоминание для клиентов, записавшихся на запись. Предоставляет собственное мобильное приложение.

4. 1С:Предприятие 8. Салон красоты – отраслевое решение, предназначенное для автоматизации управления и учета в сетевых салонах красоты, парикмахерских, маникюрных и массажных салонах. Конфигурация совместима с 1С:Бухгалтерия 8 и 1С:Отель 8. Объединяет сети салонов в единое информационное пространство при помощи сети Интернет.

Выделим базовые преимущества автоматизации бизнес-процессов в салоне красоты: такие программы для компаний салонного бизнеса, как Арника, и ее аналоги позволяют добиться прозрачности бизнес-процессов. За процессами в салоне могут одновременно наблюдать несколько сотрудников – и сам директор, и управляющий, и мастера, и администраторы. При этом каждый из них имеет доступ к тому объему информации, который требуется для исполнения их трудовых функций. Автоматизация бизнес-процессов позволяет работать с большими объемами информации и снизить риск возникновения ошибок. Сотрудники могут одновременно выполнять в программе задачи, не связанные между собой, или работать в одних и тех же блоках параллельно. Все отчеты по всем

направлениям можно получить в формате «здесь и сейчас». Как следствие – своевременность получаемых отчетов позволит принимать оперативные решения и корректировать и план, и задачи в процессе их выполнения [5].

Несмотря на то, что существует немало программных продуктов, способных автоматизировать оперативный учет в компаниях салонного бизнеса, возникает необходимость разработки решения, которое будет ориентировано на небольшие салоны красоты и парикмахерские.

Конфигурация «1С: Салон красоты», обладает излишними возможностями, которые на практике часто бывают не востребованы небольшими компаниями. Данная система довольно дорогостоящая и не многие небольшие салоны могут позволить себе ее приобретение. Поэтому возникает необходимость нового решения, которое потребует меньших затрат ресурсов для освоения и использования программы персоналом по сравнению с аналогами.

Для автоматизации оперативного учета в небольших компаниях салонного бизнеса возможно использование упрощенного прикладного решения «Салонный бизнес» на платформе «1С: Предприятие 8.3», с использованием основных объектов конфигурации.

При создании и изменении конфигураций на платформе «1С» можно использовать различные встроенные инструменты.

К ним относятся:

1. Встроенный язык 1С.
2. Язык запросов 1С.
3. Управляемое приложение.
4. Встроенные механизмы конфигурирования [6].

В конфигурации «Салонный бизнес» рекомендуется использование следующих разработанных документов:

1. Документ «Оказание Услуги» предназначен для фиксирования факта оказания услуги клиенту салона. Структура документа представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Структура документа «Оказание Услуги»

Реквизит	Тип	Краткая информация
Склад	Справочник Ссылка. Склады	Указывается с какого склада будут списываться расходуемые при оказании услуги материалы
Клиент	Справочник Ссылка. Клиенты	Указывается клиент, которому оказывается услуга (заполнение необязательно)
Мастер	Справочник Ссылка. Сотрудники	Указывается мастер, который оказывал данную услугу

Источник: составлено автором

2. Документ «Ввод начальных остатков номенклатуры» – предназначен для ввода начальных остатков материалов, чтобы пользователи могли начать работу с информационной базой не с чистого листа, а с некоторого исходного состояния. Документ можно провести не оперативно. Все вводимые данные формируются в форме документа. Структура формы документ представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Структура формы документа «Ввод начальных остатков номенклатуры»

Поле ввода	Путь к данным	Краткая информация
Дата	Объект. Дата	Дата проводимого документа
Табличная часть «Движения Остатки Материалов»		
Период	Объект. Движения. Остатки материалов. Период	Указывается дата данного движения в регистре
Вид движения	Объект. Движения. Остатки материалов. Вид движения	Указывается вид движения в регистре (приход или расход)
Материал	Объект. Движения. Остатки материалов. Материал	Указывается материал
Склад	Объект. Движения. Остатки материалов. Склад	Указывается склад
Количество	Объект. Движения. Остатки материалов. Количество	Количество материала

Источник: составлено автором

Документ осуществляет движение, указанное в табличной части, по регистру накопления «Остатки материалов».

3. Документ «Предварительная запись» предназначен для записи на прием к мастеру. При этом сам клиент может быть не указан в документе. Записаться можно сразу к нескольким сотрудникам салона. Структура документа представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Структура документа «Предварительная запись»

Реквизит	Тип	Краткая информация
Клиент	Справочник Ссылка. Клиенты	Указывается клиент (необязательно)
Табличная часть «Запись»		
С	Дата, Время	Указывается время начала оказания услуги
По	Дата, Время	Указывается время окончания оказания услуги
Сотрудник	Справочник Ссылка. Сотрудники	Выбирается сотрудник
Услуга	Справочник Ссылка. Номенклатура	Выбирается желаемая клиентом услуга
<i>Источник: составлено автором</i>		

Документ осуществляет движение по регистру сведений «Записи». В регистр записываются следующие параметры документа: Дата, Услуга, С, По, Клиент.

4. Документ «Начисление сотрудникам» предназначен для выполнения различных видов начислений сотрудникам салона, таких как оклад, премия или невыход на работу. Структура документа представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Структура документа «Начисление сотрудникам»

Реквизит	Тип	Краткая информация
Табличная часть «Начисления»		
Сотрудник	Справочник ссылка. Сотрудник	Выбирается сотрудник салона
График работы	Справочник Ссылка. Виды графиков работы	Указывается вид графика работы этого сотрудника
Дата начала	Дата	Указывается начало действия выбранного вида расчета
Дата окончания	Дата	Указывается конец действия выбранного вида расчета
Вид расчета	План видов расчета Ссылка. Основные начисления	Выбирается вид расчета (оклад, премия или невыход)
Начислено	Число, 15, 2	Если вид расчета – оклад, указывается размер оклада
<i>Источник: составлено автором</i>		

Документ осуществляет движение по регистру расчета «Начисления», в котором будут рассчитаны размеры заработной платы сотрудников салона, с учётом размера оклада, наличия премии и количеством пропущенных рабочих дней.

По накопленным в информационной базе данным можно получить отчёты для анализа деятельности салона красоты. Отчёты находятся в соответствующей группе в разделах системы: «Оказание услуги», «Учёт материалов», «Бухгалтерия», «Расчет зарплат».

В конфигурации «Салонный бизнес» рекомендуется использовать следующие разработанные отчеты:

1. «Материалы» – отчет, позволяющий отслеживать движение материалов на складе.
2. «Выручка мастеров» – отчет, который показывает итоговую выручку сотрудника за определенный период и выручку за отдельные дни.
3. «Рейтинг клиентов» – диаграмма, отображающая доход с каждого клиента. Круговая объемная диаграмма наиболее подходит для этой задачи, но пользователю дано выбрать другой тип диаграммы.

Конфигурацию «Салонный бизнес» можно развивать и наполнять всё более новыми функциональными возможностями, например:

- добавление системы SMS-оповещения клиентов;
- возможность присоединения филиалов салонов красоты в единое информационное пространство;

- добавление программы лояльность к клиентам;
- создание веб-сайта и приложения для мобильных устройств, где клиенты сами могут записываться на прием;
- создать конфигурации для доступа к системе с мобильных устройств для сотрудников салона.

Заключение

В настоящее время недостаточно автоматизирован электронный документооборот и оперативный учет во многих небольших учреждениях сферы обслуживания и компаниях салонного бизнеса.

С внедрением информационной системы многие действия, которые требовали внимания и значительного времени у персонала будут автоматизированы. Записи к мастеру будут отображаться графически, что упростит выбор наиболее подходящего времени для приема. Движение материалов можно будет проще отследить. Также генерация отчетов и диаграмм поможет менеджерам вести анализ деятельности салона и в принятии соответствующих управленческих решений.

Список литературы

1. Антоненкова А.В., Шайтура С.В. Анализ информационных систем в логистике // Транспортное дело России. – 2015. – № 5. – С. 105–106.
2. Голкина Г.Е., Киров А.Д. Организация защиты корпоративной информации от несанкционированного доступа в системе электронного документооборота // Славянский форум. – 2016. – № 2 (12). – С. 95–102.
3. Данелян Т.Я. Экономические информационные системы (ЭИС) предприятий и организаций: монография. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 284 с.
4. Емельянов С.В. Информационные технологии и вычислительные системы: Вычислительные системы. Математическое моделирование. Прикладные аспекты информатики. – М.: Ленанд, 2015. – 96 с.
5. Замятина О.М. Вычислительные системы, сети и телекоммуникации. моделирование сетей: учебное пособие для магистратуры. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 159 с.
6. Мелехин В.Ф. Вычислительные машины, системы и сети. – М.: Academia, 2017. – 304 с.
7. Неделькин А.А. Интегрированная система управления предприятием / А.А. Неделькин, М.Г. Степанова, С.В. Шайтура // Славянский форум. – 2016. – № 2 (12). – С. 180–187.
8. Романова Ю.Д., Шайтура С.В. Технологии поиска информации // Славянский форум. – 2015. – № 2 (8). – С. 283–292.
9. Шайтура А.С. Формирование финансовых ресурсов в инновационных компаниях // Славянский форум. – 2015. – № 2 (8). – С. 336–340.
10. Шайтура С.В. Интеллектуальные информационные системы. Место в современной организации. В книге: Интеллектуальные системы и технологии. – Бургас: Институт гуманитарных наук, экономики и информационных технологий, – 2016. – С. 7–18.

References

1. Antonenkova A.V., Shaitura S.V. Analysis of Information Systems in Logistics // Transport Business of Russia. – 2015. – № 5. – С. 105–106.
2. Golkina G.E., Kirov A.D. Organization of protection of corporate information from unauthorized access in the electronic document management system // Slavic Forum. – 2016. – № 2 (12). – with. 95–102.
3. Danelyan T.Ya. Economic Information Systems (EIS) of enterprises and organizations: monograph. – M.: UNITI, 2015. – 284 p.
4. Emelyanov S.V. Information technology and computing systems: Computing systems. Math modeling. Applied Aspects of Computer Science. – M.: Lenand, 2015. – 96 p.
5. Zamyatin O.M. Computer systems, networks and telecommunications. network modeling .: A manual for magistracy. – Lyubertsy: Yurayt, 2016. – 159 с.
6. Melekhin V.F. Computers, systems and networks. – M.: Academia, 2017. – 304 с.

7. *Nedelkin A.A.* Integrated Enterprise Management System / A.A. Nedelkin, M.G. Stepanova, S.V. Shaitura // Slavic Forum. – 2016. – № 2 (12). – with. 180–187.
8. *Romanova Yu.D., Shaitura S.V.* Information search technologies // Slavic forum. – 2015. – № 2 (8). – with. 283–292.
9. *Shaytura A.S.* Formation of financial resources in innovative companies // Slavic Forum. – 2015. – № 2 (8). – with. 336–340.
10. *Shaytura S.V.* Intellectual information systems. Place in a modern organization. In the book: Intellectual Systems and Technologies. – Burgas: Institute of the Humanities, Economics and Information Technologies, – 2016. – p. 7–18.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ГЕРМАНИИ

Бондаренко Ирина Станиславовна,

канд. экон. наук, доцент кафедры международной экономики,
e-mail: bondarenkois@yandex.ru,
ГОВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», Донецк, ДНР,

Бурковский Владислав Игоревич,

бакалавр, Институт экономики и управления,
e-mail: burkovskiy98@mail.ua,
ГОВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», Донецк, ДНР,

Поздняков Александр Александрович,

бакалавр, Институт экономики и управления,
e-mail: polyak.fresh@yandex.ua,
ГОВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», Донецк, ДНР

Целью статьи является проведение анализа конкурентоспособности Германии и Российской Федерации, выявление наиболее проблемных факторов, которые негативно влияют на экономику страны. В процессе исследования использованы общенаучные методы, методы статистического анализа. В ходе проведенного исследования осуществлён анализ конкурентоспособности Российской Федерации и Германии, выявлены проблемные факторы, которые негативно влияют на экономику страны. Авторами предложены варианты улучшения различных сфер экономики, с целью улучшения конкурентоспособности страны. Полученные результаты направлены на ускорение социально-экономического развития экономики Российской Федерации, повышения уровня конкурентоспособности страны, по отношению к другим странам мира. Российская Федерация – это государство, которое расположено в Восточной Европе и Северной Азии, имеет развитые природно-климатические условия, мощный топливно-сырьевой, энергетический и производственно-технический потенциал, однако по уровню конкурентоспособности экономики страны находится всего лишь на 38 месте, именно поэтому становится важным увеличение конкурентоспособности экономики страны. Мировая практика показала, что в странах с более высоким уровнем конкурентоспособности экономики производятся товары и оказываются услуги, которые могут конкурировать как на внутреннем рынке, так и на внешнем. А также, в странах с более высоким уровнем конкурентоспособности страны отмечается высокое благосостояние нации. Исследованиями в области оценки уровня конкурентоспособности занимается Всемирный Экономический Форум, ежегодно публикующий отчёт об анализе конкурентоспособности всех стран мира. Так, Заостровцев Андрей Павлович изучал институциональные провалы против глобальной конкурентоспособности [1], Колосов И.А., Максимов Д.А. осуществили статистическую оценку конкурентоспособности России на базе международных индексов [2], Кулаков Владимир Федорович, Алиев Заур Табризович рассматривали глобальную конкурентоспособности России [3], Лоскутова Марина Владимировна изучала ресурсы повышения конкурентоспособности России [4], Платонова Ирина Николаевна провела исследования относительно устойчивого развития мировой экономики и конкурентоспособности России [6], Макарова Галина Николаевна рассматривала критерии конкурентоспособности стран в условиях глобализации [5], Соколов Э.М., Романова Л.Е. анализировали конкурентоспособность национальной экономики [7], Шуль Михаил Игоревич рассматривал предпосылки и ограничения международной конкурентной позиции России [8].

Ключевые слова: конкурентоспособность страны, Российская Федерация, Германия, факторы конкурентоспособности, анализ параметров ведения бизнеса

ANALYSIS OF RUSSIAN FEDERATION AND GERMANY ECONOMIES COMPETITIVENESS

Bondarenko I.S.,

*candidate of economic sciences, Associate Professor, department of international economics,
e-mail: bondarenkois@yandex.ru,*

*State Organization of Higher Professional Education «Donetsk National University
of Economics and Trade. Named after Mikhail Tuganbaranovskiy», Donetsk, Ukraine,*

Burkovsky V.I.,

bachelor, institute of economics and management,

e-mail: burkovskiy98@mail.ua,

*State Organization of Higher Professional Education «Donetsk National University
of Economics and Trade. Named after Mikhail Tuganbaranovskiy», Donetsk, Ukraine,*

Pozdnyakov A.A.,

bachelor, institute of economics and management,

e-mail: polyak.fresh@yandex.ua,

*State Organization of Higher Professional Education «Donetsk National University
of Economics and Trade. Named after Mikhail Tuganbaranovskiy», Donetsk, Ukraine*

The purpose of the article is to analyze the competitiveness of Germany and the Russian Federation, identifying the most problematic factors that adversely affect the country's economy. In the process of research used general scientific methods, methods of statistical analysis. In the course of the study, an analysis of the competitiveness of the Russian Federation and Germany was carried out, and problematic factors that adversely affect the country's economy were identified. The authors proposed options for improving various sectors of the economy, in order to improve the competitiveness of the country. The results are aimed at accelerating the socio-economic development of the economy of the Russian Federation, increasing the level of competitiveness of the country in relation to other countries of the world. The Russian Federation is a state that is located in Eastern Europe and Northern Asia, has developed climatic conditions, powerful fuel and energy, energy and production and technical potential, but in terms of the level of competitiveness of the country's economy is only 38th, which is why be an important increase in the competitiveness of a country's economy. World practice has shown that in countries with a higher level of economic competitiveness, goods are produced, and services are provided that can compete both in the domestic market and in the external market. And, also in countries with a higher level of competitiveness of the country, there is a high welfare of the nation. Research in assessing the level of competitiveness is the World Economic Forum, which annually publishes a report on the analysis of the competitiveness of all countries of the world [1]. So, Loskutova M.V. allocates a number of resources with which you can improve the competitiveness of the Russian Federation [2]. Shul MI, notes the prerequisites that hinder the development of the competitiveness of the Russian economy [3]. AP Zaostrovsev, singles out the institutional problems of developing the competitiveness of the Russian economy [4].

Keywords: competitiveness of a country, Russian Federation, Germany, factors of competitiveness, analysis of business parameters

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-52-59

Введение

Конкурентоспособность – это показатель, используемый в экономике, необходимый для осуществления оценки эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов.

Конкурентоспособность страны – это показатель, характеризующий способность анализируемой страны относительно производства товаров и услуг, которые будут соответствовать требованиям мировых рынков, создание условий, которые способствуют накоплению ресурсов и капитала внутри страны, обеспечить стабильный рост ВВП и благосостояния нации¹ [1].

Российская Федерация – это одно из самых крупных государств мира. Экономика России характеризуется наличием государственно-монополистического капитализма (по данным ФАС). Согласно данным UNCTADstat ВВП РФ за 2017 г. составило 1534,2 млрд долл. США (темп роста по сравнению с 2016 г. составил 123,2 %). Экспорт товаров и услуг из РФ в 2017 г. составил 410,8 млрд долл. США (темп роста по сравнению с 2016 г. составил 123,6 %), а импорт составил 326,65 млрд долл. США (темп роста по сравнению с 2016 г. составил 122,8 %). Так как, экспорт товаров и услуг больше, чем импорт, можно сказать о том, что политика импортозамещения осуществляется весьма эффективно² [2, 3].

Германия – это одно из самых крупных и богатых государств в Центральной Европе. Отраслевая структура экономика состоит на 60 % из сферы услуг, на 39 % из высокотехнологического производства и на 1 % из сельского хозяйства. В 2017 г. ВВП Германии составило 3694 млрд долл. США (темп роста по сравнению с 2016 г. составил 105,7 %). Экспорт товаров и услуг из Германии в 2017 г. составил 1735,4 млрд долл. США (темп роста по сравнению с 2016 г. составил 108,5 %), а импорт товаров и услуг в Германию составил 1455,8 млрд долл. США (темп роста по сравнению с 2016 г. составил 109,7 %), поэтому, можно сделать вывод о том, что Германия экспортоориентированная страна³ [3].

1. Анализ конкурентоспособности экономики России и Германии

Проведём анализ конкурентоспособности России и Германии, на основе данных «The Global Competitiveness Report 2017–2018».

Вначале определим какие позиции занимает РФ и Германия в рейтинге конкурентоспособности стран мира в период с 2013–2018 гг. (таблица 1).

Таблица 1 – Рейтинг конкурентоспособности Германии и Российской Федерации в период с 2013–2018 гг.⁴

Страна/годы	2013–2014	2014–2015	2015–2016	2016–2017	2017–2018
Германия	4 (5,5)	5 (5,5)	4 (5,5)	5 (5,6)	5 (5,7)
Российская Федерация	64 (4,2) – 3	53 (4,4) – 11	45 (4,4) – 8	43 (4,5) – 2	38 (4,6) – 5

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что в период с 2013–2018 гг. Германия занимала 4 или 5 место в мировом рейтинге стран по уровню конкурентоспособности. В 2017–2018 гг. Германия заняла 5 место. Российская Федерация активными темпами стремится в верх в рейтинге конкурентоспособности стран мира, таким образом, в период с 2013–2018 гг. РФ поднялась с 64 места в 2013–2014 гг. до 38 в 2017–2018 гг.

Далее рассмотрим конкурентоспособность Российской Федерации и Германии, в соответствии с общими требованиями к конкурентоспособности национальной экономики.

Анализ необходимо провести по, такими параметрам, как:

- 1) базовые факторы;
- 2) факторы усиления эффективности конкурентоспособности страны;
- 3) инновационные факторы [4].

Базовые факторы включают анализ таких показателей как:

¹ Понятие и виды конкурентоспособности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentosposobnost.html> (дата обращения: 25.03.2019).

² Экономика РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/8915-ekonomika-rf> (26.03.2019).

³ Экономика Германии сегодня [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://zagranportal.ru/germaniya/finansy-germanii/ekonomika-germanii.html> (дата обращения: 26.03.2019).

⁴ The Global Competitiveness Report. 2017–2018 [Committed to improving the state of the world], World Economic Forum, Geneva Switzerland, Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018> (дата обращения: 25.03.2019).

- 1) эффективность работы национальных институтов;
- 2) эффективность работы национальных инфраструктурных объектов;
- 3) эффективность работы макроэкономической среды;
- 4) уровень образования и физического состояния нации [4].

Факторы усиления эффективности конкурентоспособности страны включают такие показатели как:

- 1) уровень высшего образования;
- 2) эффективность товарного рынка страны;
- 3) эффективность финансового рынка страны;
- 4) эффективность рынка труда;
- 5) технологическая развитость страны;
- 6) размеры рынка [4].

Инновационные факторы, которые влияют на уровень конкурентоспособности страны включают следующее:

- 1) сложность открытия и ведения бизнеса в стране;
- 2) уровень развития инноваций [4].

На основании вышеуказанных параметров оценки уровня конкурентоспособности страны и их составляющих проведём анализ положения Российской Федерации на мировой арене в 2017–2018 гг.

В таблице 2 представлен Анализ параметра «базовые факторы» Германии и Российской Федерации в период с 2017–2018 гг.

Таблица 2 – Анализ параметра «базовые факторы» Германии и Российской Федерации в период с 2017–2018 гг.⁵

Страна/ показатель	Эффективность государственных институтов (позиция)	Эффективность инфраструктуры	Эффективность макроэкономической политики страны
Германия	21 (5,3)	10 (6,0)	12 (6,1)
Российская Федерация	83 (3,7)	35 (4,9)	53 (5)

На основании данных таблицы 2 можно сделать выводы о том, что в 2017–2018 гг. по параметру «Базовые факторы» Германия имеет достаточно хорошие показатели: 10 место по эффективности инфраструктуры, 12 место по эффективности макроэкономической политики страны, 13 место по уровню высшего образования и физического состояния населения страны и 21 место по эффективности государственных институтов. В период с 2017–2018 гг. по параметру «Эффективность государственных институтов» РФ занимает 83 место, по параметру «Эффективность инфраструктуры» – 35 место, по параметру «Эффективность макроэкономической политики страны» – 53 место.

Далее рассмотрим параметр «факторы усиления эффективности конкурентоспособности страны», данные по которому представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Анализ факторов усиления эффективности конкурентоспособности Германии и Российской Федерации в период с 2017–2018 гг.⁶

Страна/ показатель	Уровень высшего образования	Эффективность товарного рынка страны	Эффективность рынка рабочей силы	Уровень развития финансового рынка	Технологическая развитость страны	Размеры рынка
Германия	15 (5,7)	11 (5,3)	14 (5,0)	12 (5,0)	8 (6,2)	5 (6,0)
Российская Федерация	32 (5,1)	80 (4,2)	60 (4,3)	107 (3,4)	57 (4,5)	6 (5,9)

⁵ The Global Competitiveness Report. 2017–2018 Committed to improving the state of the world], World Economic Forum, Geneva Switzerland [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018> (дата обращения: 26.03.2019).

⁶ The Global Competitiveness Report. 2017–2018 Committed to improving the state of the world], World Economic Forum, Geneva Switzerland [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018> (дата обращения: 25.03.2019).

В соответствии с данными таблицы 3 можно сделать вывод о том, что в Германии весьма широкие границы рынка (5 место), достаточно эффективно развиты технологии (8 место), весьма высокая эффективность товарного рынка страны (11 место), развитый финансовый рынок (12 место), высокая эффективность рынка рабочей силы (14 место), высокий уровень высшего образования (15 место). В период с 2017–2018 гг. по фактору «Размеры рынка» РФ занимает 6 место, по фактору «Уровень высшего образования» – 32 место, по фактору «Технологическая развитость страны» – 57 место, по фактору «Эффективность рынка рабочей силы» – 60 место, по параметру «Эффективность товарного рынка страны» – 80 место, и по параметру «Уровень развития финансового рынка» – 107 место.

Далее проведём анализ третьего параметра «инновационные факторы» в период с 2017–2018 гг., который показан в таблице 4.

Таблица 4 – Анализ параметра «инновационные факторы» Германии и Российской Федерации в период с 2017–2018 гг.⁷

Страна/показатель	Сложность открытия и ведения бизнеса в стране	Уровень развития инноваций
Германии	5 (5,6)	5 (5,6)
Российская Федерация	71 (4,0)	49 (3,5)

Данные таблицы 4 свидетельствуют о том, что Германия занимает лидирующие позиции по параметру «Сложность открытия и ведения бизнеса в стране» (5 место) и по параметру «Уровень развития инноваций» (5 место). Именно поэтому, можно сделать вывод о том, что в Германия достаточно быстро происходит процесс открытия и ведения бизнеса, а уровень развития инноваций достиг своих определённых высот. Российская Федерация не занимает лидирующие позиции по параметру «Сложность открытия и ведения бизнеса в стране» (71 место) и по параметру «Уровень развития инноваций» (49 место). Именно поэтому, можно сделать вывод о том, что в РФ достаточно нелегко происходит процесс открытия и ведения бизнеса, а уровень развития инноваций оставляет желать лучшего.

Исходя из данных рисунка 1, выделим 5 наиболее проблемных факторов для ведения бизнеса в Германии:

- 1) одна из самых главных проблем для ведения бизнеса в Германии, это слишком высокие налоговые ставки;
- 2) негативное влияние на бизнес оказывает налоговое регулирование Германии;
- 3) в Германии весьма жёсткие законы в отношении нормирования труда;
- 4) государственная бюрократия в Германии оказывает негативное влияние на открытие и ведение бизнеса в Германии;
- 5) даже в такой развитой стране как Германия отмечается нехватка высококвалифицированной рабочей силы, что вызывает необходимость в привлечении работников из-за рубежа.

Исходя из данных рисунка 1, выделим 5 наиболее проблемных факторов для ведения бизнеса в Российской Федерации:

- 1) одной из самых главных проблем, негативно влияющих на ведение бизнеса в РФ является коррупция;
- 2) следующая проблема, которая активно влияет на ведение бизнеса в РФ являются налоговые ставки, в результате чего, у предпринимателей не хватает средств на осуществления капитальных вложений в свой бизнес;
- 3) наукоёмким и капиталоемким отраслям промышленности не хватает финансирования, именно поэтому, его развитие становится достаточно проблемным процессом;
- 4) следующей не мало важной проблемой, влияющей на ведение бизнеса в РФ, является уровень инфляции, который также сдерживает как развитие бизнеса со стороны предпринимателя, так и покупательскую способность со стороны покупателя;
- 5) жёсткое налоговое законодательство также, негативно влияет на развитие бизнеса на территории РФ.

⁷ Там же

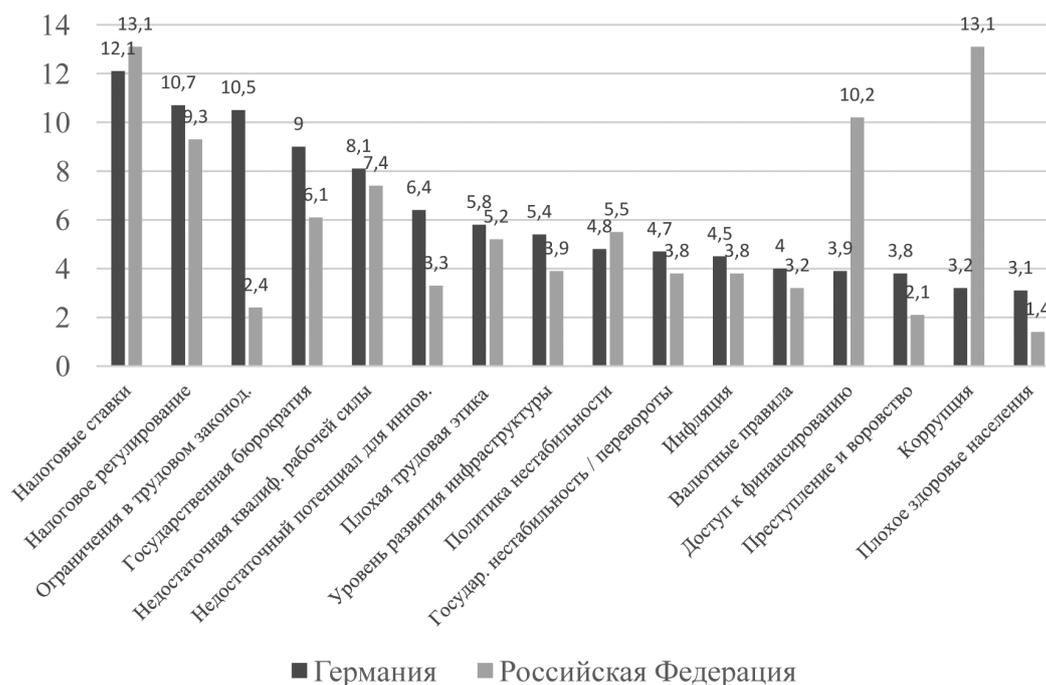


Рисунок 1 – Факторы, негативно влияющие на ведение бизнеса в Германии и Российской Федерации в период с 2017–2018 гг.

Осуществив анализ конкурентоспособности Российской Федерации и Германии по вышеуказанным параметрам, следует выделить следующее:

1) с целью повышения конкурентоспособности Российской Федерации на мировой арене, правительству необходимо произвести множество реформаций во всех структурах государства, чтобы соответствовать уровню развитых государств;

2) прежде всего необходимо провести ряд реформ относительно государственных институтов для того, чтобы повысить их эффективность, и снизить издержки, необходимые для работы государственных институтов;

3) улучшению экономической ситуации в Российской Федерации поспособствует стремительное развитие инфраструктуры всего государства. Стоит отметить, что в последние годы, правительство направляет силы и ресурсы на развитие инфраструктуры России, по причине того, что в стране проходили и будут проходить различные события, связанные с необходимостью хорошо налаженной инфраструктуры государства. Однако, наладить инфраструктуру государства, территория которого составляет 17,12 млн км², весьма долгий и капиталоемкий процесс;

4) государство должно проводить кредитно-денежную и бюджетно-налоговую политику, направленную на сглаживание экономических колебаний;

5) также в Российской Федерации необходимо улучшить уровень высшего образования, и для этого необходимо перенять опыт развитых государств, одной из которых является Германия;

6) России, необходимо насыщать товарный рынок качественной продукцией национального производства, и стать достаточно сильным конкурентом для импортных производителей, а далее необходимо осуществлять выход на иностранные рынки, расширять структуру экспорта;

7) не мало важным будет создание условий, при которых, рабочая сила в меньшей степени будет заинтересована в эмиграции в другие страны, следовательно, необходимо повышать заработанные платы по всей России, и создавать трудовые условия, при которых людям будет не выгодно и не интересно работать за границами РФ;

8) с целью развития финансового рынка в России, необходимо проводить политику стабилизации курса рубля по отношению к другим валютам, сдерживать инфляцию, создать условия, при которых, иностранный капитал будет активно вливаться в экономику РФ;

9) с целью повышения доли среднего бизнеса в РФ, необходимо произвести ряд изменений, в результате чего, открывать и вести бизнес станет проще. Авторы, также, рекомендуют перенять опыт Гонконга, где можно официально зарегистрировать компанию за один час⁸;

10) также, Российская Федерация нуждается в развитии инноваций в стране, этот процесс является весьма нелёгким, требует значительных объёмов затрат капитала и труда. Для развития технологий в России, необходимы государственные дотации, кредиты, привлечение иностранного капитала и др.;

11) существует ряд барьеров, который препятствует как открытию и ведению бизнеса в стране, так и в целом увеличению благосостояния нации, необходимо бороться с таким барьерами, как: а) высокий уровень коррупции; б) постоянное повышение налоговых ставок; в) государство не стремится активно финансировать развитие бизнеса, технологий, образований; г) ежегодно повышающийся уровень инфляции; д) жёсткое налоговое законодательство, которое «душит» предпринимателей начиная со старта бизнеса; е) недостаточная квалификация рабочей силы, так как практически вся высококвалифицированная рабочая сила находит более лучшие условия труда за границей, и множество других барьеров.

На основании вышеизложенного материала можно сделать следующие **выводы**: Российская Федерация и Германия находятся на разных позициях в рейтинге глобальной конкурентоспособности. В 2017–2018 гг. Германия заняла 5 место, а РФ 38, это означает, что Россия, является страной, которая нуждается в ряде реформ в различных сферах жизнедеятельности всего государства. Правительству Российской Федерации стоило бы, обратить внимание на то, как работает экономика, инфраструктура, бюрократия, образование и другие составляющие государства в Германии, и перенять некоторые особенности такого успешного функционирования государства, что в результате может положительно отразиться на благосостоянии народа Российской Федерации.

Список литературы

1. *Заостровцев А.П.* Россия: институциональные провалы против глобальной конкурентоспособности // Вестник Удмуртского университета. – Серия «Экономика и право» [Электронный ресурс]. – 2016. – № 1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiya-institutsionalnye-provaly-protiv-globalnoy-konkurentosposobnosti> (дата обращения: 26.03.2019).
2. *Колосов И.А., Максимов Д.А.* Статистические оценки конкурентоспособности России на базе международных индексов // ТДР [Электронный ресурс]. – 2012. – № 2. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/statisticheskie-otsenki-konkurentosposobnosti-rossii-na-baze-mezhdunarodnyh-indeksov> (дата обращения: 26.03.2019).
3. *Кулаков В.Ф., Алиев З.Т.* О глобальной конкурентоспособности России // Власть [Электронный ресурс]. – 2010. – № 5. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-globalnoy-konkurentosposobnosti-rossii> (дата обращения: 26.03.2019).
4. *Лоскутова М.В.* Ресурсы повышения конкурентоспособности России // Социально-экономические явления и процессы [Электронный ресурс]. – 2015. – № 12. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/resursy-povysheniya-konkurentosposobnosti-rossii> (дата обращения: 26.03.2019).
5. *Макарова Г.Н.* Критерии конкурентоспособности стран в условиях глобализации // Известия БГУ [Электронный ресурс]. – 2014. – № 2. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-konkurentosposobnosti-stran-v-usloviyah-globalizatsii> (дата обращения: 26.03.2019).
6. *Платонова И.Н.* Устойчивое развитие мировой экономики и конкурентоспособность России // Российский внешнеэкономический вестник [Электронный ресурс]. – 2014. – № 9. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustoychivoe-razvitie-mirovoy-ekonomiki-i-konkurentosposobnost-rossii> (дата обращения: 26.03.2019).
7. *Соколов Э.М., Романова Л.Е.* Конкурентоспособность национальной экономики: проблемы и перспективы определения // Известия ТулГУ. – Экономические и юридические науки [Электронный ресурс]. – 2010. – №1-1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-natsionalnoy-ekonomiki-problemy-i-perspektivy-opredeleniya> (дата обращения: 26.03.2019).

⁸ Специфика ведения бизнеса в Гонконге [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hongkong-business.ru/hongkong-business/procedura-otkrytiya-firmy-v-gonkonge.html> (дата обращения: 26.03.2019).

8. Шуль М.И. Предпосылки и ограничения международной конкурентной позиции России // Теория и практика общественного развития [Электронный ресурс]. – 2014. – № 10. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/predposylki-i-ogranicheniya-mezhdunarodnoy-konkurentnoy-pozitsii-rossii> (дата обращения: 26.03.2019).

References

1. *Zaostrovcev A.P.* Rossiya: institucional'nye provaly protiv global'noj konkurentosposobnosti // Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya «Ehkonomika i pravo» [Ehlektronnyj resurs]. – 2016. – № 1. Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiya-institutsionalnye-provaly-protiv-globalnoy-konkurentosposobnosti> (data obrashcheniya: 26.03.2019).
2. *Kolosov I.A., Maksimov D.A.* Statisticheskie ocenki konkurentosposobnosti Rossii na baze mezhdunarodnyh indeksov // TDR [Ehlektronnyj resurs]. – 2012. – № 2. Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/statisticheskie-otsenki-konkurentosposobnosti-rossii-na-baze-mezhdunarodnyh-indeksov> (data obrashcheniya: 26.03.2019).
3. *Kulakov V.F., Aliev Z.T.* O global'noj konkurentosposobnosti Rossii // Vlast' [Ehlektronnyj resurs]. – 2010. – № 5. Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-globalnoy-konkurentosposobnosti-rossii> (data obrashcheniya: 26.03.2019).
4. *Loskutova M.V.* Resursy povysheniya konkurentosposobnosti Rossii // Social'no-ehkonomicheskie yavleniya i process [Ehlektronnyj resurs]. – 2015. – № 12. Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/resursy-povysheniya-konkurentosposobnosti-rossii> (data obrashcheniya: 26.03.2019).
5. *Makarova G.N.* Kriterii konkurentosposobnosti stran v usloviyah globalizatsii // Izvestiya BGU [Ehlektronnyj resurs]. – 2014. – № 2. Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-konkurentosposobnosti-stran-v-usloviyah-globalizatsii> (data obrashcheniya: 26.03.2019).
6. *Platonova I.N.* Ustoychivoe razvitie mirovoj ehkonomiki i konkurentosposobnost' Rossii // Rossijskij vneshneehkonomicheskij vestnik [Ehlektronnyj resurs]. – 2014. – № 9. Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustoychivoe-razvitie-mirovoy-ekonomiki-i-konkurentosposobnost-rossii> (data obrashcheniya: 26.03.2019).
7. *Sokolov Eh.M., Romanova L.E.* Konkurentosposobnost' nacional'noj ehkonomiki: problemy i perspektivy opredeleniya // Izvestiya TulGU. Ehkonomicheskie i yuridicheskie nauki [Ehlektronnyj resurs]. – 2010. – №1-1. Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-natsionalnoy-ekonomiki-problemy-i-perspektivy-opredeleniya> (data obrashcheniya: 26.03.2019).
8. *Shul' M.I.* Predposylki i ogranicheniya mezhdunarodnoj konkurentnoj pozitsii Rossii // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya [Ehlektronnyj resurs]. – 2014. – № 10. Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/predposylki-i-ogranicheniya-mezhdunarodnoy-konkurentnoy-pozitsii-rossii> (data obrashcheniya: 26.03.2019).

ОЦЕНКА ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ МЕДНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Зубец Антон Желькович,

*канд. экон. наук, зам. зав. кафедры экономики городского хозяйства и сферы обслуживания,
e-mail: azubec@miiv.ru,*

Московский университет имени С.Ю. Витте, г. Москва,

Половинкина Елена Семёновна,

*магистрант факультета экономики и финансов,
e-mail: 70098859@online.miiv.ru,*

Московский университет имени С.Ю. Витте, г. Москва

Актуальность и цели. Производство меди на сегодняшний день занимает одну из ключевых позиций в мировой промышленности, однако в последнее время на мировом рынке появились проблемы нестабильности цен и снижения спроса на медь, что привело к образованию ее профицита. В то время, как зарубежные компании, пытаясь нивелировать негативную ситуацию, сокращают объемы производства, российские крупнейшие представители медной отрасли, напротив, планируют нарастить их в ожидании постепенного увеличения цен. В статье проводится обзор современных тенденций медной отрасли, показаны ее ключевые компании-представители, как в России, так и за рубежом. Цель исследования – провести оценку эластичности спроса на продукцию медной отрасли России на международном рынке, определить потенциал роста продаж у российских компаний за рубежом.

Материалы и методы. Поставленная цель достигнута за счет сопоставления данных официальной государственной статистики и других открытых источников, а также путем анализа авторских расчетов. В исследовании использовались методы ретроспективного анализа, графический, индукции, анализа и синтеза. Результаты. Проведена оценка эластичности спроса на продукцию медной отрасли России на международном уровне. В период за 2014–2015 гг. в целом спрос по цене является эластичным, однако в разрезе стран-потребителей – дальнего зарубежья и СНГ в 2016 г., данное условие не соблюдается. Сделан вывод о том, что наибольшей эластичностью за анализируемый период обладает спрос среди стран дальнего зарубежья, нежели среди стран СНГ. По мнению авторов, российским экспортерам продукции из меди для укрепления своих позиций на мировом рынке целесообразно ориентироваться на страны дальнего зарубежья и прежде всего, на Китай.

Ключевые слова: эластичность спроса, медь, рынок меди, цена, экспорт, импорт

THE ESTIMATE OF DEMAND ELASTIC FOR THE PRODUCTS OF COPPER INDUSTRY ON INTERNATIONAL MARKET

Zubecs A.J.,

*candidate of economic sciences, deputy head of the department of urban economy and service sector,
e-mail: azubec@miiv.ru,*

Moscow Witte University, Moscow,

Polovinkina E.S.,

*master student at the faculty of economics and finance,
e-mail: 70098859@online.miiv.ru,*

Moscow Witte University, Moscow

Background. Today copper industry occupies one of the key positions in the world industry. Meanwhile, in recent years, the world market has problems of price instability and lower demand for copper, which led to the formation

of its surplus. Now foreign companies are trying to neutralize the negative situation, reduce production volumes, but the Russian largest representatives of the copper industry, are planning to increase it in anticipation of a gradual increase in prices. The article provides an overview of current trends in the copper industry, show the keys companies-representatives in Russia and in worldwide. The purpose of this study is to assess the elasticity of demand for the products of the copper industry in Russia in the international market, determine whether there is a potential for sales growth in Russian companies overseas.

Materials and methods. The realization of the objectives achieved by comparing the data of official state statistics and calculations of the expert community. The study used the methods of retrospective analysis, graphics, and induction.

Results. The authors assessed the elasticity of demand for the products of the copper industry in Russia at the international level. In 2014-2016, the demand for the price is elastic, but in the context of consumer countries-far abroad and the CIS in 2016, this condition is 'not met. According to the authors, it is advisable for Russian exporters of copper products to strengthen their positions in the world market to focus on foreign countries and above all, in China.

Keywords: demand elasticity, copper, copper market, price, export, import

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-60-70

Введение

Актуальность темы обусловлена тем, что производство меди на сегодняшний день занимает одну из ключевых позиций в мировой промышленности. Данный металл обладает высокой механической прочностью и коррозионной стойкостью, а потому широко применяется в автомобильной промышленности, энергетике и строительстве, электронике и других отраслях. Однако, с 2013 г. мировой рынок меди вступил в фазу кризисного состояния: цены на данный металл неуклонно снижались на протяжении четырехлетнего периода, – только за 2015 г. они упали более, чем на 20 %. А спрос на мировом рынке меди снизился, что привело к образованию профицита данного ресурса. Как видно по рисунку 1 и таблице 1, с 2013 г. объем производства меди стал превышать ее потребление. В таких условиях большинство зарубежных компаний-производителей начали сокращать инвестиционные программы и снижать объемы производства.



Рисунок 1 – Мировое производство и потребление меди, тыс. тонн¹

Таким образом, дефицит металла, возникший в 2011 г. перерос в избыток, и с 2013 г. стал увеличиваться. Последнее, со своей стороны, нашло отражение в изменении цен на медь. Так, если в 2011 г. среднегодовая цена меди на Лондонской бирже металлов составляла 8 821 дол. США за тонну, то в 2015 г. снизилась до 5 502 дол. США.

¹ Economy people/ Обзор цветной металлургии. Медная промышленность – URL: <https://people.conomy.ru/blog/analytics/972.html> (дата обращения: 10.11.2018).

Таблица 1 – Соответствие спроса предложению на рынке меди, тыс. тонн²

	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Баланс металла на рынке меди, тыс. тонн	-138	191	45	258	363

По данным таблицы, баланс между спросом и предложением за 2011–2015 гг. на рынке меди не соблюдается. Однако, если в 2011 г. имелся недостаток данного ресурса, то с 2014 г. заметно резкое преобладание его предложения над спросом.

Нестабильность динамики цен на мировом рынке меди оказала воздействие и на российские предприятия, которые осуществляют добычу меди и производство продукции из нее. Однако оно оказалось неоднозначным: в ожидании восстановления цен, а также в связи со снижением объемов добычи европейскими компаниями-конкурентами (в Чили и Перу), крупнейшие российские «игроки» медной отрасли³ ПАО «Норникель», ПАО «Уральская горно-металлургическая компания» (ПАО «УГМК») и АО «Русская медная компания», напротив, планируют нарастить объемы производства меди [3].

На наш взгляд, сегодня нельзя однозначно ответить на вопросы о том, как будет изменяться цена на мировом рынке меди, будет ли формироваться ее дефицит или избыток. Однако представляет интерес понять, имеются ли положительные перспективы у российских представителей медной отрасли как участников торговых отношений на международном уровне. Для этого необходимо выяснить, как меняется величина спроса зарубежных потребителей российской меди при изменении *экспортной* цены на нее. Поэтому целью работы является оценка эластичности спроса на продукцию медной отрасли России на международном рынке.

Структура медной отрасли на российском рынке

Итак, как было сказано ранее, крупнейшими игроками медной отрасли на российском рынке выступают три компании – медная «большая тройка». На сегодняшний день крупнейшим производителем меди в России является ГМК «Норильский никель»⁴.

По состоянию на 2015–2016 гг. распределение объема добываемой меди среди российских производителей представлено следующим образом: ПАО ГМК «Норильский никель» – 330 тыс. тонн (около 2 % от мирового производства меди)⁵, ОАО «УГМК» – 343 тыс. тонн (примерно 1,8 % от мирового объема), АО «Русская медная компания» (АО «РМК») – 360 тыс. тонн⁶. В 2016 г. АО «РМК» заняло третье место в РФ по объемам производства катодной меди и второе место по объему производства медной катанки. При этом доля компании в производстве меди в стране составила 15 %⁷, а на мировом рынке производства меди – около 1 %⁸ [6].

Российские компании-представители медной отрасли реализуют свою продукцию не только на отечественном рынке, но и поставляют ее за рубеж. Основными сегментами в экспорте медной продукции из России, являются:

- 1) катоды и секции катодов из меди рафинированной;
- 2) проволока из рафинированной меди с максимальным размером поперечного сечения более 6 мм;
- 3) сплавы на основе меди и цинка необработанные и др.;
- 4) прутки и профили медные;
- 5) плиты, листы и полосы или ленты медные, толщиной более 0,15 мм;

² Там же.

³ Официальный сайт информационного агентства «РБК». – URL: <https://www.rbc.ru/business/11/07/2017/5964ace49a79472faf913d81> (дата обращения: 10.11.2018).

⁴ Официальный сайт газеты «Ведомости». – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/02/01/749608-nornikel-krupneishih-zolota> (дата обращения: 10.11.2018).

⁵ Годовой отчет ПАО «Норникель» за 2016 г. – URL: <https://ar2016.nornik.ru/ru/#year-overview> (дата обращения: 10.11.2018).

⁶ Официальный сайт газеты «Ведомости». – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/08/11/652567-krupneishii-proizvoditel-medi-ugmk-snizhaet-proizvodstvo> (дата обращения: 10.11.2018).

⁷ Годовой отчет ПАО «Норникель» за 2016 г. – URL: <https://ar2016.nornik.ru/ru/#year-overview> (дата обращения: 10.11.2018).

⁸ Официальный сайт информационного агентства «РБК». – URL: <https://www.rbc.ru/business/11/07/2017/5964ace49a79472faf913d81> (дата обращения: 10.11.2018).

б) прочие изделия.

Высокая электропроводность, теплопроводность, пластичность и коррозионная стойкость меди обусловили высокий уровень ее применения в различных областях промышленности. До 3/4 всей выпускаемой в мире рафинированной меди используется в производстве электропроводников, включая различные виды кабелей и проводов. Основными отраслями потребления меди являются строительство, производство электротехнической и электронной продукции, энергосети, транспорт, машиностроение, производство различного оборудования и потребительских товаров (рисунок 2).



Рисунок 2 – Отраслевая структура мирового потребления рафинированной меди (по состоянию на 2016 г.)⁹

Согласно приведенным выше данным, по состоянию на 2016 г. наибольшую долю в мировом потреблении продукции из меди составила катанка (74 %). Распределение потребления «красного металла» по отраслям промышленности показывает, что медь наиболее востребована в строительстве, а также при производстве потребительских товаров и оборудования.

Анализ официальных сайтов компаний ОАО «УГМК» и АО «РМК» и других открытых источников не позволил нам определить подробные сведения о географии продаж медной продукции компаний за 2014–2016 гг. Это обусловлено тем, что и АО «РМК» и ОАО «УГМК» не являются публичными, а поэтому определенная корпоративная информация не раскрывается. ПАО «Норникель» является публичным акционерным обществом, однако информация у данной компании также отсутствует.

Исходя из *имеющихся* данных, предоставленных компанией АО «РМК» в 2015 г., доля экспортных продаж компании достигла 87 % от общего объема выпуска продукции из меди¹⁰ (рисунок 3).

По официальным данным АО «РМК» за 2015 г., 53 % рафинированной меди компании реализуется нефтедобывающими странами дальнего зарубежья для производства нефтепогрузного кабеля. Доля продаж медного концентрата в Китай в том же году составила 70 %. Следует отметить, что наибольшая часть продукции компании экспортируется в страны Ближнего востока и в Китай. К сожалению, информация за 2014 и 2016 гг. компанией не раскрывается. Однако мы можем предположить, что гео-

⁹ Официальный сайт компании ПАО «Норникель» – URL: <https://ar2016.nornik.ru/ru/strategy/metals-market/copper> (дата обращения: 10.11.2018).

¹⁰ Промышленность и общество. – URL: <http://pioportal.ru/russkaya-mednaya-kompaniya-publichno-otchitalas-ob-itogah-2015-goda/> (дата обращения: 10.11.2018).

графия продаж данной компании сохранилась, но возможно изменение доли потребления продукции из меди между странами-импортерами.



Рисунок 3 – Страны-импортеры медного катода, катанки и концентрата АО «РМК» в 2015 г.¹¹

Следует отметить, что в целом за период 2014–2016 гг. структура экспортируемых из России медных изделий претерпела изменения (рисунок 4).

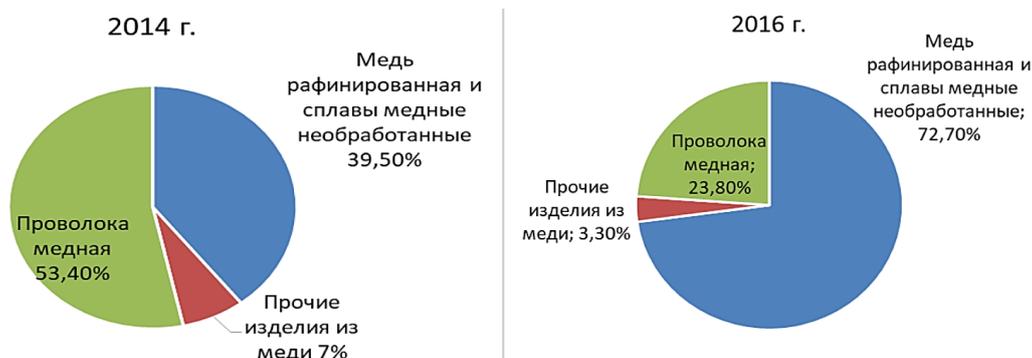


Рисунок 4 – Сравнение объема спроса на виды экспортируемой меди и изделий из нее за 2014 г. и 2016 г.¹²

Как видно по рисунку, наибольшую долю продукции медной отрасли, экспортируемой из России, в разрезе ее видов за 2014–2016 гг., составила медь рафинированная и ее сплавы необработанные. При этом ее величина с 2014 г. по 2016 г. выросла на 33,2 %, а доля поставляемой за рубеж медной проволоки сократилась на 29,6 %.

Ключевыми торговыми партнерами России являются страны Европы (Нидерланды, Греция, Германия), дальнего зарубежья (например, Китай) и СНГ (Белоруссия, Казахстан). Представим структуру наиболее востребованной продукции (медь рафинированная и медная проволока) медной отрасли России в разрезе стран-потребителей за период 2014–2016 гг.

Таблица 2 – Крупнейшие страны-потребители медной проволоки России за 2014–2016 гг.¹³

	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Кувейт			46,70 %
Бельгия	34,20 %	25,90 %	

¹¹ Ru-Stat. Экспорт и импорт России по товарам и странам – URL: <http://ru-stat.com/date-Y2016-2016/RU/export/world/157408> (дата обращения: 10.11.2018).

¹² Ru-Stat. Экспорт и импорт России по товарам и странам – URL: <http://ru-stat.com/date-Y2016-2016/RU/export/world/157408> (дата обращения: 10.11.2018).

¹³ Там же.

Нидерланды	23,7 %	36,80 %	20 %
Германия	23,80 %		
Турция	6,80 %	5,80 %	
Греция			7,90 %
Беларусь			6,80 %

Таблица 3 – Крупнейшие страны-потребители рафинированной меди из России за 2014–2016 гг.¹⁴

	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Нидерланды	67,70 %	61,90 %	40,40 %
Германия	19,20 %	17,70 %	14,70 %
Турция	10,30 %	5,40 %	
Беларусь	2,00 %		
Китай		3,80 %	
Греция			18,30 %
Швейцария			9,30 %

Примечание. Отсутствие данных в таблицах 2 и 3 говорит о том, что доля стран-импортеров меди, поставляемой из России, стала незначительной, поэтому она не указывается.

Из данных, представленных в таблице 2, таблице 3 и на рисунке 5 за 2014–2016 гг. следует, что изменилась не только структура продукции медной отрасли, поставляемой из России за рубеж, но и страны-импортеры российской рафинированной меди и медной проволоки. Так, на протяжении всего рассматриваемого периода неизменным торговым партнером России в данной области остаются Нидерланды, однако доля поставляемой рафинированной меди и медной проволоки значительно снизилась. Заметно, что в 2015 г. такие страны, как Кувейт, Германия перестали занимать лидирующие позиции среди стран-импортеров российской меди. В 2016 г. аналогичные изменения коснулись также Бельгии, Турции и Китая. Однако положительным моментом можно отметить то, что в 2016 г. экспорт продукции из меди стал в большей мере ориентированным на поставки в Беларусь, Грецию и Швейцарию.

Ключевые международные конкуренты

При оценке потенциала российских компаний-производителей меди («красного металла») важно учитывать структуру рынка, в котором они функционируют, поскольку она определяет уровень конкуренции среди хозяйствующих субъектов в отрасли. На основе проведенного анализа мы можем полагать, что структуру российского рынка меди можно отнести к олигополии. Так, например, отличительной особенностью данной рыночной структуры является немногочисленность фирм в отрасли, – как правило, не более десяти [4, 1]. Напомним, что доминирующее положение на российском рынке меди занимают три крупнейших компании.

Если рассматривать рынок меди с точки зрения торговых отношений, складывающихся в мировых масштабах, то его структуру также следует отнести к олигополии. В частности, мировым лидером по добыче и производству меди на сегодняшний день является Чили (в 2015 г. доля его экспорта от мировых объемов составила 14 %), за ним следует Перу. Среди других стран-экспортеров меди можно отметить Мексику и Индонезию, Германию (8 %), США (7 %), Пакистан (7 %) и Японию (5 %) (доля экспорта указана по данным на 2015 г.) и др.¹⁵

В мировой добыче меди Россия занимает около 3–4 %. По данным Минприроды РФ, по объему запасов она страна находится на втором месте в мире после Чили. На рисунке 5 графически показана

¹⁴ Ru-Stat. Экспорт и импорт России по товарам и странам – URL: <http://ru-stat.com/date-Y2016-2016/RU/export/world/157408> (дата обращения: 10.11.2018).

¹⁵ Официальный сайт компании Aurubis – URL: http://www.aurubisrus.ru/world_copper_analysis_2015.html (дата обращения: 10.11.2018).

ны данные о добыче меди в мировых масштабах, рисунок 6 отражает спрос на нее со стороны стран-участниц ЕС, БРИКС, Азии и др.

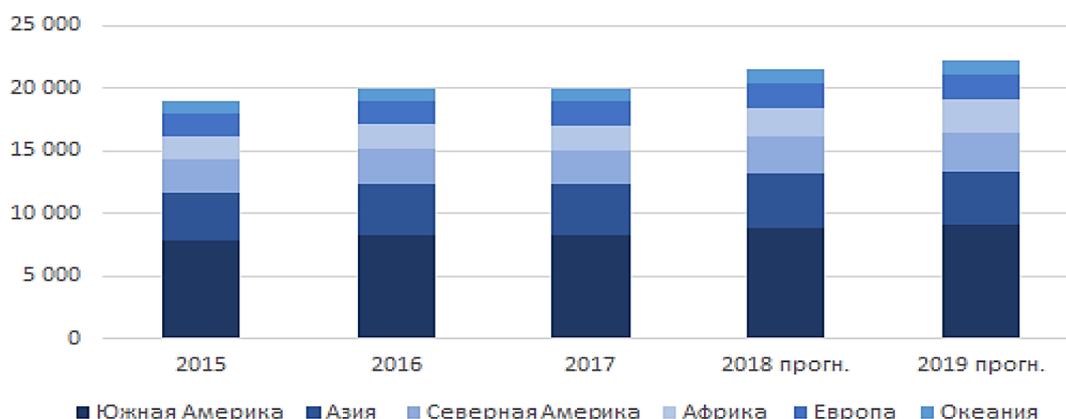


Рисунок 5 – Добыча меди в мире, тыс. тонн¹⁶

В последние годы рост спроса на металл составлял в среднем 3 % в год. Наибольшая доля добычи меди в мире приходится на Южную Америку, располагающую самыми крупными запасами металла. Чили и Перу добывают в шахтах около 40 % всей меди мира. Значительные объемы металла добываются в Китае, который одновременно является и ключевым потребителем (рисунок 6).

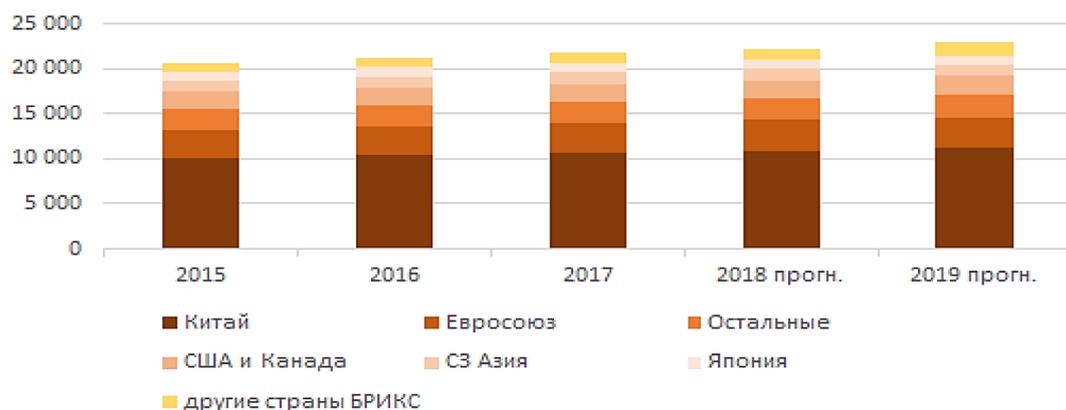


Рисунок 6 – Мировой спрос на медь, тыс. тонн¹⁷

Отметим, что на долю Китая приходится 40 % всего мирового спроса продукции из меди. Соответственно, рост или стагнация экономики в данной стране напрямую влияет на спрос, а значит и на ценовые котировки меди.

Крупнейшими компаниями-производителями меди за рубежом являются следующие компании: Codelco (Чили), Freeport-McMoRan (США), Glencore (Швейцария), а также ВНР Billiton (Австралия) и Southern Copper (Мексика). На рисунке 7 сопоставлены объемы добычи меди данными компаниями в динамике за 2014–2015 гг.

Как видно по графику, в 2015 г. компании Glencore и ВНР Billiton в сравнении с конкурентами заметно сократили объемы добычи меди. Аналитики объясняют данную ситуацию тем, что таким образом компании пытались бороться с рыночным спадом. Необходимо пояснить, что основной спрос

¹⁶ Официальный сайт информационно-аналитического портала «БКС-Экспресс». – URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/kakie-perspektivy-dlia-investora-predlagaet-rynok-medi> (дата обращения: 10.11.2018).

¹⁷ Официальный сайт информационно-аналитического портала «БКС-Экспресс». – URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/kakie-perspektivy-dlia-investora-predlagaet-rynok-medi> (дата обращения: 10.11.2018).

на медь в последнее время предъявлялся со стороны развивающихся экономик, преимущественно, со стороны Китая (в 2015 г. доля его потребления в российском экспорте меди составила 3,8 %). Из-за стремительного развития строительства, энергетики и машиностроения в стране Китай – основной потребитель меди, который покрывает около 46 % мирового потребления.

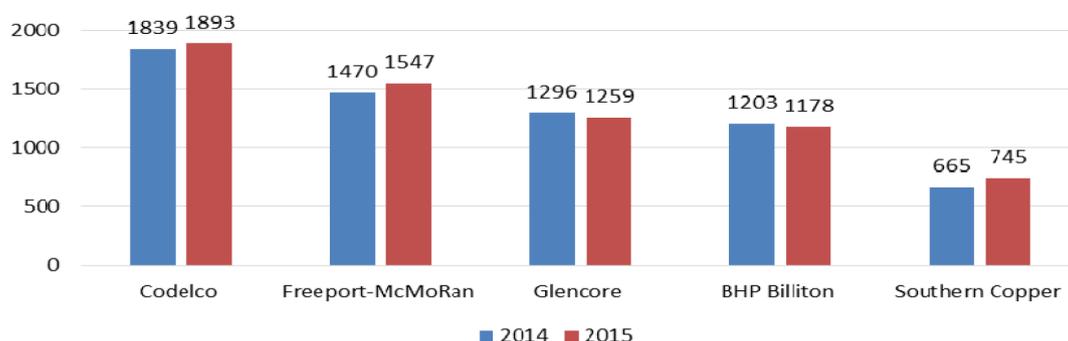


Рисунок 7 – Крупнейшие компании – мировые производители меди (объем производства, тыс. тонн)¹⁸

По этой причине мировой рынок меди в последние годы ориентировался именно на спрос со стороны Китая. Однако в дальнейшем темпы роста экономики этой страны замедлились (но по имеющимся источникам, спрос все же продолжал оставаться значительно выше общемирового: если глобальное потребление меди в 2015 г. по отношению к 2014 г. практически не увеличилось, то у КНР данный показатель вырос на 5,3 % (до 9,18 млн тонн)¹⁹. Это оказало значительное влияние на объемы производства продукции из меди мировыми производителями, а также на динамику экспортных цен на российскую медь. Так, если в 2013 г. она составила 7 324 дол. США, то к 2016 г. постепенно снизилась до 4 703 дол. США за тонну²⁰ (таблица 4).

Как показано в таблице 4, на протяжении всего рассматриваемого периода она неуклонно падает. Исходя из проведенного анализа, мы считаем, что нестабильность мировых цен на медь, а также объемов добычи и производства продукции из данного ресурса не могло не оказать влияния на объем внешнеторговых поставок российских производителей меди. Попробуем проверить данное предположение.

Анализ эластичности спроса на продукцию медной отрасли России на международном рынке

Проанализируем динамику экспорта продукции из меди России за 2014–2016 гг., а также рассмотрим показатель эластичности зарубежного спроса на продукцию российской медной отрасли. В таблице 4 показана динамика спроса на медь за 2013–2016 гг. и средняя экспортная цена за тонну (дол. США).

Таблица 4 – Объем спроса на медь и экспортные цены на нее за 2013–2016 гг., тыс. тонн²¹

Наименование товара	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Медь рафинированная, в т.ч.:	222 252	290 550	566 822	511 354
страны дальнего зарубежья	212 446	285 330	557 335	501 050
страны СНГ	9 806	5 219	9 487	10 304
Средняя экспортная цена за тонну меди, дол. США	7 324	6 635	5 457	4 703

¹⁸ CONOMY PEOPLE Обзор цветной металлургии. Медная промышленность – URL: <https://people.conomy.ru/blog/analytics/972.html> (дата обращения: 10.11.2018).

¹⁹ Кноема.ru – URL: <https://knoema.ru/atlas/Китай/topics/Экономика/Национальные-счета-Валовой-внутренний-продукт/ВВП-ППС-в-текущих-ценах-международных-долл> (дата обращения: 10.11.2018).

²⁰ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 10.11.2018).

²¹ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 10.11.2018).

По данным таблицы, на протяжении всего рассматриваемого периода объем спроса на медь рафинированную имеет неоднозначную тенденцию. Период 2014–2015 гг. можно считать переломным в его динамике, причем в большей степени спрос на российский экспорт меди обеспечивается за счет стран дальнего зарубежья. Однако в 2016 г. заметно его незначительное снижение по сравнению с 2015 г. в целом и среди стран дальнего зарубежья, но среди стран СНГ напротив, заметен его рост.

Для оценки эластичности спроса на продукцию медной отрасли России, рассчитаем и проанализируем коэффициент эластичности спроса по цене за 2014–2016 гг. Коэффициент эластичности спроса по цене показывает, как изменяется объем спроса на товар при повышении или снижении цены на него на 1 % [7, с. 75]. Результаты расчетов показаны в таблице 5 по всем трем группам.

Таблица 5 – Оценка эластичности спроса на медь Российской Федерации по цене всего 2014–2016 гг.

Показатель	2014	2015	2016
Относительное изменение цены на медь (ΔP)	-9,41 %	-17,75 %	-13,82 %
Изменение объема спроса на медь в среднем на мировом рынке (ΔQ_1)	30,73 %	95,09 %	-9,79 %
Эластичность спроса по цене для всех стран (E_{p1})	-3,26	-10,10	1,04
Изменение объема спроса на медь в среднем государств дальнего зарубежья (ΔQ_2)	34,31 %	95,33 %	-10,10 %
Эластичность спроса по цене для стран дальнего зарубежья (E_{p2})	-3,64	-10,13	1,07
Изменение объема спроса на медь в среднем в странах СНГ (ΔQ_3)	-46,78 %	81,78 %	8,61 %
Эластичность спроса по цене для стран СНГ (E_{p3})	4,97	-8,69	-0,91
<i>Источник: расчеты авторов по данным Росстата</i>			

Если коэффициент эластичности спроса E превышает единицу, то спрос можно считать эластичным, поскольку это означает, что спрос растет (или падает) более быстрыми темпами по сравнению с ценой товара. Соответственно, если значение коэффициента E меньше единицы, то спрос принято считать неэластичным по цене [5, с. 96, 2, 8].

По данным таблицы 5, на протяжении всего периода 2014–2016 гг. мы можем наблюдать стабильное снижение средней цены на продукцию медной отрасли, что говорит в целом о постепенном наполнении рынка товарами и перепроизводстве продукции. Для того, чтобы выдержать конкуренцию на таком переполненном рынке нашей стране пришлось снизить цену на свою продукцию. В то же время, в 2014 г. начинается спад курса рубля, что также оказало давление на стоимость экспортируемой меди.²²

Основные покупатели российской меди отреагировали на снижение стоимости меди. Отрицательные коэффициенты эластичности говорят нам о том, что движение объема спроса было закономерным и разнонаправленным: при снижении стоимости меди на 1 %, объем покупки его на международном рынке возрастал до 10 % в 2015 г., что является максимальным значением роста за весь рассматриваемый период. Это говорит нам о достаточно высокой эластичности спроса на данный металл. В 2016 г., мы можем наблюдать резкий спад значений эластичности. Для сравнения в таблице 5 представлены значения в разрезе стран-торговых партнеров России – дальнего зарубежья (Китай, Индия, страны ЕС и др.) и СНГ (Белоруссия, Казахстан и др.).

В таблице показано, что эластичность спроса на продукцию медной отрасли России по странам дальнего зарубежья сохраняется в 2014 г. и 2015 г. Можно сделать вывод, что замедление темпов роста экономики Китая оказало незначительное воздействие на объем спроса продукции российских производителей «красного металла». Согласно данным в Таблица 3, в целом на Китай приходится не самая большая доля экспорта российских товаров, производимых из меди.

Однако в 2016 г. значение коэффициента E близкое к единице, свидетельствует о потере эластичности спроса. Отметим, что снижение цены на медь в 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 13,82 % привело не к росту спроса на нее, а к падению (на 10,10 %). А спрос на медь в развитых странах был слабым: в

²² «Сбили с курса: как война, санкции, нефть и ЦБ уронили рубль». // Российский бизнес-консалтинг [сайт]. Url: <https://www.rbc.ru/economics/09/02/2015/54d7ccc9a79471f9f83f9dd> (дата обращения: 10.11.2018)

Европе (основной регион сбыта катодной меди компании ПАО «Норникель»), где потребление в 2016 г. выросло на 1,4 %, в Северной Америке – на 0,3 %, в Азии (за исключением Китая) – на 0,8 %²³.

Несколько иную ситуацию можно наблюдать при оценке эластичности спроса на российскую медь среди стран-участниц СНГ (таблица 5).

Среди стран СНГ в 2015 г. по сравнению с 2014 г. спрос на российскую медь резко вырос – на 81,78 %, а в 2016 г. по сравнению с 2015 г. – всего на 8,6 %. Коэффициент эластичности спроса в 2016 г. меньше единицы, следовательно, спрос на медь неэластичен, как и у стран дальнего зарубежья. Такое значение коэффициента *E* обусловлено низким приростом спроса по сравнению с более сильным падением цены.

Следует отметить, что в 2016 г. по сравнению с 2015 г., мировое производство рафинированной меди увеличилось на 2,5 % на (0,55 млн тонн), составив 22,5 млн тонн.

При этом в 2016 г. цена на медь была подвержена целому ряду специфических факторов, выделим наиболее важные из них:

1. Принятие мер правительства Китая по стимулированию экономики способствовало росту цены на медь. Важным аспектом является тот факт, что Китай по-прежнему остается главным мировым потребителем меди – в 2016 г. доля его потребления выросла до 48 %.

Пользуясь преимуществом низких цен, Китай существенно нарастил импорт меди и особенно сырья для ее производства. Ввоз рафинированной меди в страну в 2016 г. вырос на 3 %, составив 4,9 млн т, а импорт медных концентратов – на 28 % (до 17 млн тонн), что позволило стране обеспечить растущее потребление за счет увеличения собственных производственных мощностей.

2. Сокращение добычи меди в Чили (в связи с остановкой рудников из-за ливней) оказало положительное воздействие на рынок, и цена меди возобновила рост.

3. В США после объявления результатов президентских выборов 9 ноября рынок отреагировал на аспект предвыборной речи Д. Трампа о существенном увеличении инвестиций в инфраструктурные проекты в США. Цена меди резко пошла вверх, и в конце ноября она достигла годового максимума в 5 936 дол. США за тонну²⁴.

Возвращаясь к первому из приведенных выше факторов, оказавших влияние на динамику цены на медь, отметим, что темпы роста экономики Китая постепенно растут. Так, например, в 2016 г. ВВП Китая составил 21,412 млрд дол. США, а в 2017 г. – увеличился до 23,301 млрд дол. США²⁵. Можно предположить, что среднесрочном периоде тенденция роста ВВП Китая сохранится.

Заключение

В заключении к нашей работе, необходимо отметить, что эластичность рынка как инструмент анализа применим не только к отдельным отраслям торговли на уровне микроэкономического анализа. Он является эффективным индикатором, дающим нам информацию о следующих важных направлениях развития международного рынка:

1. О перспективах ценообразования и возможностях игроков в корректировке цены на свой товар.
2. О наполненности рынка и уровне его заполнения, хотя для этого требуется дальнейшее развитие данного инструмента на основе большего опыта и создание специальных шкал для ее оценки.
3. О необходимости диверсификации ценообразования для целых отдельных макроэкономических регионов в международном торговом пространстве.

Опираясь на проведенный анализ международного спроса на медь в нашей работе, мы можем утверждать, что наибольшей эластичностью обладает спрос среди стран дальнего зарубежья, нежели среди стран СНГ. Мы полагаем, что у российских компаний-представителей медной отрасли имеется потенциал наращивания объема продаж при ведении международного бизнеса, если география продаж будет иметь ориентацию на страны дальнего зарубежья (а, в особенности, на Китай как лидера в мировом потреблении меди).

²³ Официальный сайт компании ПАО «Норникель» – URL: <https://ar2016.normik.ru/ru/strategy/metals-market/copper> (дата обращения: 10.11.2018).

²⁴ Там же.

²⁵ Rusmet.ru Медные перспективы 2016 – URL: http://www.rusmet.ru/promnews/show/66414/Mednye_perspektivy_2016 (дата обращения: 10.11.2018).

К сожалению, необходимо отметить, что в связи с цифровизацией экспортной статистики и изменением шкал измерения объемов экспорта, анализ за 2017, 2018 гг. провести не удалось. Анализ данных за эти периоды с использованием новой статистики будет проведен в следующих работах при появлении значений объема спроса на медь в тысячах тонн.

Список литературы

1. *Важенина А.О.* Олигополия как тип рыночной структуры // Новые технологии – нефтегазовому региону: материалы международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 253–256. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26051582> (дата обращения: 14.06.2019).
2. *Калитин Б.С., Кузьмич М.С.* Метод вычисления ценовой эластичности спроса // Экономические исследования и разработки. – 2016. – № 4. – С. 7–17. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27386800> (дата обращения: 10.11.2018).
3. *Кудияров С.* Оптимизм на грани авантюризма // Эксперт. – 2016. – № 20 (987). – URL: <http://expert.ru/expert/2016/20/optimizm-na-grani-aventyurizma/> (дата обращения: 10.11.2018).
4. *Лось Д.А., Пономаренко М.В.* Прикладной характер эластичности спроса по цене // Актуальные проблемы социально-экономического развития СКФО: научно-практическая конференция. – 2013. – С. 102–104.
5. *Нуреев Р.М.* Курс микроэкономики: учебник для вузов. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Норма. – 2014. – 624 с. – URL: <http://alleng.org/d/econ/econ005.htm> (дата обращения: 10.11.2018).
6. *Степанченко С.* Медная стратегия. РМК сделала ставку на развитие собственной минерально-сырьевой базы и выиграла // Российская газета. – 2016. – спецвыпуск № 7120 (252). – URL: <https://rg.ru/2016/11/07/rmk-sdelala-stavku-na-razvitie-sobstvennoj-mineralno-syrevoj-bazy.html> (дата обращения: 10.11.2018).
7. *Турчихина Г.С.* Экономическая теория (микроэкономика): учеб пособие / Г.С. Турчихина, Т.И. Себекина; под ред. В. В. Коваленского; Брян. Гос. Инженер.-технол. унив. – Брянск. – 2015. – 304 с. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27624465> (дата обращения: 14.06.2019).
8. *Франсузов И.В.* Концепция эластичности спроса и макроэкономические аспекты ее применения // Теория и практика современной науки. – 2017. – № 7 (25). – С. 138–142. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29862106> (дата обращения: 14.06.2019).

References

1. *Vazhenina A.O.* Oligopoly as a type of market structure // New technologies for oil and gas region. Materials of the international scientific-practical conference. – 2016. – p. 253–256. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26051582> (data obrashcheniya: 14.06.2019).
2. *Kalitin B.S., Kuzmich M.S.* Method of calculating the price elasticity of demand // Economic research and development. – 2016. – № 4. – p. 7–17. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27386800> (data obrashcheniya: 10.11.2018).
3. *Kudiyarov S.* Optimism on the verge of adventurism // Expert. – 2016. – № 20 (987). – URL: <http://expert.ru/expert/2016/20/optimizm-na-grani-aventyurizma/> (data obrashcheniya: 10.11.2018).
4. *Los D.A., Ponomarenko M.V.* The applied nature of price elasticity of demand // Actual problems of socio-economic development of the North Caucasus Federal District Scientific-practical conference. – 2013. – p. 102–104.
5. *Nureev R.M.* The course of microeconomics: a textbook for high schools. – 3rd ed., Corr. and add. – M.: Norma. – 2014. – 624 p. – URL: <http://alleng.org/d/econ/econ005.htm> (data obrashcheniya: 10.11.2018).
6. *Stepanchenko S.* Copper strategy. RMK staked on the development of its own mineral resource base and won // Rossiyskaya gazeta. – 2016. – special issue number 7120 (252). – URL: <https://rg.ru/2016/11/07/rmk-sdelala-stavku-na-razvitie-sobstvennoj-mineralno-syrevoj-bazy.html> (data obrashcheniya: 10.11.2018).
7. *Turchikhina G.S.* Economic theory (microeconomics): study guide / G.S. Turchikhina, T.I. Sebekina; by ed. V.V. Kovalensky; Bryan State Engineer.-tehnol. Univ. – Bryansk. – 2015. – 304 p. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27624465> (data obrashcheniya: 14.06.2019).
8. *Frantsuzov I.V.* The concept of elasticity of demand and the macroeconomic aspects of its application // Theory and practice of modern science. – 2017. – № 7 (25). – p. 138–142. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29862106> (data obrashcheniya: 14.06.2019).

ОЦЕНКА МЕТОДОВ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Тебекин Алексей Васильевич,

*д-р техн. наук, д-р экон. наук, профессор,
профессор кафедры менеджмента,
e-mail: tebekin@gmail.com,*

*Московский государственный институт международных отношений (университет)
МИД Российской Федерации, г. Москва*

В статье представлена классификация подходов к антикризисному управлению, дается классификация методов анализа финансового состояния предприятий, используемых для решения задач антикризисного управления. В статье предлагается классификация подходов к антикризисному управлению, анализируются причины, способствующие получению различных результатов анализа с использованием одной и той же модели в рамках одной страны, но для разных периодов времени. Приведены результаты сравнительного внутригруппового анализа подходов к антикризисному управлению по качественным признакам из состава: модель Дж. Аргенти, модель Т. Скоуна, методика В.В. Ковалева, методика компании Ernst & Whinney по разработанной аддитивной квалиметрической модели. Приведены результаты межгруппового сравнения подходов к антикризисному управлению из состава: группа моделей оценки на основе качественных показателей, группа оценки на основе моделей дискриминантного анализа, группа логит- и пробит-моделей оценки, группа нейросетевых моделей оценки, группа комплексных моделей оценки вероятности банкротства предприятий.

Ключевые слова: оценка, методы антикризисного управления, качественные показатели, деятельность предприятий

EVALUATION OF CRISIS MANAGEMENT METHODS BASED ON QUALITY INDICATORS OF ENTERPRISES

Tebekin A.V.,

*doctor of technical sciences, doctor of economics,
professor, professor of the management department,
e-mail: tebekin@gmail.com,*

*Moscow State Institute of International Relations (University)
of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow*

The classification of approaches to crisis management is presented. The article proposes a classification of approaches to crisis management, analyzes the reasons that contribute to obtaining different results of the analysis using the same model within the same country, but for different periods of time. The results of a comparative intragroup analysis of approaches to crisis management based on the qualitative characteristics of the composition are presented: J. Argenti's model, T. Scone model, V.V. Kovalev, a technique of Ernst & Whinney) according to the developed additive qualimetric model. The results of intergroup comparison of approaches to crisis management from the composition are presented: group of assessment models based on quality indicators, group of assessment based on discriminant analysis models, group of logit and probit assessment models, group of neural network assessment models, group of integrated models of enterprise bankruptcy probability estimation.

Keywords: assessment, methods of crisis management, quality indicators, the activities of enterprises

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-71-81

Обоснование актуальности исследований

Прошедший в 2008–2009 гг. мировой экономический кризис показал, что отечественная экономика достаточно чувствительна к подобным потрясениям [20].

Необходимо отметить, что влияние ожидаемого в начале 2020-х годов мирового экономического кризиса, обусловленного переходом от V-го технологического уклада к VI-му [18], будет гораздо более значительным, чем влияние кризиса 2008–2009 гг., имевшего финансовую, спекулятивную природу [19].

Таким образом, с учетом ретроспективного анализа, в ближайшие годы можно ожидать существенного увеличения вероятности банкротства не только малых и средних предприятий, но и достаточно крупных компаний.

В этой связи возрастает потребность в анализе методов антикризисного управления.

Постановка задачи исследования

Целью данного исследования является анализ возможностей использования методов антикризисного управления, основанных на оценках качественных показателей деятельности предприятий, наряду с методами количественной оценки и методами комбинаторной оценки, в условиях надвигающегося глобального экономического кризиса, обусловленного сменой экономических укладов.

Основное содержание исследования

Вопросам рассмотрения методов антикризисного управления посвящено большое количество работ, в том числе М.С. Абрютиной, А.В. Грачева [1], И.Т. Балабанова [5], К.В. Балдина, О.Ф. Быстрова, А.В. Рукосуева [6], А.З. Бобылевой [8], Т.Г. Вакуленко, Л.Ф. Фоминой [9], Е.П. Жарковской, Б.Е. Бродского, И.Б. Бродского [10], А.Г. Ивасенко [11], Э.М. Короткова [3], И.К. Ларионова [13], Н.П. Любушина [2], Л.М. Макаревича [14], Р.А. Попова [15], Г.К. Таля [3] и др.

Проведенный анализ известных подходов к выделению и использованию методов антикризисного управления показал, что существует множество вариантов их классификации по различным признакам.

Один подход базируется на выделении Англо-Саксонской, Континентально-европейской и Отечественной школы антикризисного управления.

Другой подход связан с рассмотрением методов качественной, количественной и комбинированной оценки, вероятности банкротства компании (ВБК).

Третий подход антикризисного управления базируется на классификации методов анализа финансового состояния предприятия, представленных на рисунке 1.

В данном исследовании рассматривается классификация подходов к антикризисному управлению, представленная на рисунке 2.

Таким образом, основную массу подходов к антикризисному управлению составляют количественные методы диагностики банкротства.

При этом необходимо отметить, что в современной рыночной обстановке условия возникновения и развития кризисов постоянно изменяются.

В этой связи возникает проблема применения одной и той же модели диагностики кризиса и вероятного банкротства даже в рамках одной страны, но для разных периодов времени может давать сильно отличающиеся результаты, поскольку в государстве меняются:

- социально-экономические условия;
- законодательная база (в том числе касающаяся налогообложения);
- нормативная база (в том числе касающаяся правил составления финансовой отчетности);
- состав и задачи институтов развития и т.д.

Наиболее устойчивыми к изменению условий возникновения и развития кризисов являются методы антикризисного управления на основе анализа качественных признаков (рисунок 2).

Именно эти методы и являются предметом дальнейшего рассмотрения.



Рисунок 1 – Классификация методов анализа финансового состояния предприятий, используемых для решения задач антикризисного управления [4]



Рисунок 2 – Предлагаемая классификация подходов к антикризисному управлению [7]

Классическим примером, характеризующим методы антикризисного управления по качественным признакам, являются модели Дж. Аргенти [6], Т. Скоуна [16], методики В.В. Ковалева [12], компании Ernst & Whinney [17] (ныне Ernst & Young).

Рассмотрим их подробнее.

Из перечисленных методов антикризисного управления по качественным признакам наиболее часто для управления кризисами, которые могут привести к банкротству компании, используется модель Джоржа Аргенти (A-score) [6].

Определение ВБК при использовании модель Дж. Аргенти предполагает следующие условия.

Во-первых, процесс, приводящий к банкротству, на предприятии уже начался.

Во-вторых, кризисный процесс, который может привести предприятие к банкротству будет продолжаться достаточно продолжительное время (до нескольких лет).

В-третьих, процесс выделения признаков кризиса на предприятии разделяется на три составляющие: недостатки, симптомы, ошибки.

Согласно модели Дж. Аргенти компании, попадающие в кризис и движущиеся к банкротству, на протяжении длительного времени демонстрируют недостатки (таблица 1), проявляющиеся задолго до фактической несостоятельности.

Таблица 1 – Недостатки, учитываемые в модели Дж. Аргенти, для определения близости компании к банкротству

№	Показатель	Присваиваемый балл
1	Автократия в высшем руководстве компании	8
2	Председатель правления и исполнительный директор – одно и то же лицо	4
3	Пассивный совет директоров	2
4	Несбалансированный совет директоров	2
5	Некомпетентный финансовый директор	2
6	Неквалифицированное руководство	1
7	Слабый бюджетный контроль	3
8	Отсутствие системы сокращения издержек	5
9	Медленная и не всегда адекватная реакция на изменение рыночных условий	15
10	Отсутствие отчетности по движению денежных средств	3
11	Всего баллов	45
12	Критический балл для группы показателей	10

С точки зрения антикризисного управления, сигналом тревоги для предприятия является наличие такого количества показателей, характеризующих недостатки, сумма значений которых превышает критический балл для группы показателей «недостатки» (строка 12, таблица 1).

На ближних подступах к кризису в организации проявляются его симптомы, характеризующие спад результатов в хозяйственной деятельности организации (таблица 2).

Таблица 2 – Симптомы, учитываемые в модели Дж. Аргенти, для определения близости компании к банкротству

№	Показатель	Присваиваемый балл
1	Финансовые признаки спада	4
2	Некорректное содержание учета и отчетности («творческий подход»)	4
3	Нефинансовые признаки спада	3
4	Окончательные признаки спада	1
5	Всего баллов	12
6	Критический балл для группы	0

Обратим внимание на то, что критический балл для группы «симптомы» в модели Дж. Аргенти равен нулю (строка 6, таблица 2). То есть, достаточно проявления хотя бы одного из перечисленных в таблице 2 симптома, чтобы можно было вести речь о близости компании к банкротству.

Помимо недостатков и симптомов по модели Дж. Аргенти в деятельности организации выделяются показатели групп «ошибки» (таблица 3), проявляющиеся непосредственно в период развития кризиса.

Таблица 3 – Ошибки, учитываемые в модели Дж. Аргенти, для определения близости компании к банкротству

№	Показатель	Присваиваемый балл
1	Высокий уровень задолженности	15
2	Овертрейдинг (потери текущей ликвидности)	13
3	Крупные необеспеченные финансированием проекты	15
4	Всего баллов	43
5	Критический балл для группы	15

Обратим внимание на то, что критический балл для группы «ошибки» в модели Дж. Аргенти не равен нулю (строка 5, таблица 3), что означает наличие у организации возможности локализации риска банкротства и преодоления кризиса.

Результаты совместного анализа выделенных по модели Дж. Аргенти признаков кризиса (недостатков, симптомов и ошибок) в организации (таблица 4) позволяют на качественном уровне оценить степень глубины этого процесса.

Таблица 4 – Результаты совместного анализа выделенных по модели Дж. Аргенти признаков кризиса (недостатков, симптомов и ошибок) в организации

№	Группа	Баллы
I	Недостатки	
1.1	Всего баллов	45
1.2	Критический балл для группы показателей	10
II	Ошибки	
2.1	Всего баллов	43
2.2	Критический балл для группы	15
III	Симптомы	
3.1	Всего баллов	12
3.2	Критический балл для группы	0
IV	Все три группы (недостатки, симптомы и ошибки)	
4.1	Максимальное количество баллов по всем трем группам показателей	100
4.2	Критический балл для всех групп показателей	25

Возникающие в организации недостатки (таблица 1) со временем проявляются в симптомах кризиса (таблица 2), приводящие в конечном итоге к таким просчетам и ошибкам (таблица 3), которые могут привести организацию к банкротству, если будет превышен критический балл для всех групп показателей (таблица 4).

Поскольку модель Дж. Аргенти относится к методам антикризисного управления по качественным признакам, оценка показателей «недостатки» (таблица 1), «симптомы» (таблица 2) и «ошибки» (таблица 3) производится бинарным способом. Если исследуемый признак присущ организации – ответ «да», тогда соответствующие баллы присваиваются (именно в тех баллах, которые уже заданы в таблицах 1–3), если этот признак отсутствует – ответ «нет», тогда баллы не начисляются (значение 0). То есть эксперт лишен возможности оценки того или иного уровня проявления «недостатков», «симптомов» и «ошибки», совершаемых на предприятии по каждому из признаков.

С одной стороны, такой подход упрощает процесс оценки, а, с другой стороны, сокращает точность оценки.

Таким образом, агрегированный показатель (А-счет) модели Дж. Аргенти позволяет дать качественную оценку о степени приближения организации к банкротству.

Обратим внимание на то, что модель Дж. Аргенти рассчитана на выявление, в первую очередь, кризиса в системе управления организацией (то есть проблем менеджмента), который может повлечь банкротство организации.

Указанные обстоятельства, собственно, и отражают основные достоинства А-модели Дж. Аргенти, заключающиеся в оперативном выделении и учете с точки зрения банкротства одновременно как финансовых, так и нефинансовых показателей организации, характеризующих риски негативного фискала ее деятельности. Сюда относятся и проблемы в руководстве организации, и отсутствие должного контроля использования бюджета компании, и медленная (или неадекватная) реакция предприятия на изменение рыночных условий и др.

Но А-модель Дж. Аргенти, как и любая модель качественной оценки не лишена недостатков. Это и высокая зависимость качества оценки от точности предоставляемой исходной информации; и субъективизм экспертов в оценках деятельности организации; это и отсутствие необходимой (накапливаемой и анализируемой) статистической базы; это и отсутствие итоговой количественной оценки, обеспечивающей формирование детальных рекомендаций по антикризисному управлению; это и отсутствие у экспертов возможности дифференциации степени проявления на предприятии тех или признаков «недостатков», «симптомов» и «ошибок».

Аналогичным образом можно охарактеризовать модель оценки ВБК Т. Скоуна [16], состав вопросов для оценки по которой представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Модель оценки ВБК Т. Скоуна

№	Вопрос оценки	Ответ (да/нет)
1	Компании менее чем пять лет?	
2	Компания работает в цикличной (сезонной) отрасли?	
3	Краткосрочные обязательства компании больше ее оборотных активов?	
4	Соотношение заемных и собственных средств компании превышает 100 %?	
5	За последние четыре года выручка компании увеличилась более чем на 50 %?	
6	Резервы компании отрицательны и по абсолютной величине превышают стоимость уставного капитала?	
7	Компания меняет или намерена сменить юридический адрес, территориальный рынок, место осуществления хозяйственной деятельности?	
8	Использует ли компания «творческий» учет (недостовеную отчетность)?	
9	Как значительно увеличилось соотношение заемных и собственных средств компании за предыдущий год?	
10	Не изменила ли компания в последнее время обслуживающий банк, аудиторов, директоров?	
11	Не является ли председатель совета директоров компании одновременно ее исполнительным директором?	
12	Не превышает ли сумма краткосрочного капитала компании величину долгосрочного капитала?	
13	Не является ли учет и отчетность компании излишне подробными или представленными в нестандартном формате?	

По модели Т. Скоуна положение компании считается:

- устойчивым, если количество положительных ответов меньше пяти;
- проблемным, если количество положительных ответов находится в пределах от пяти до восьми;
- очень тяжелым, если количество положительных ответов более восьми.

Еще одним инструментом диагностики банкротства предприятий является тест, разработанный компанией ERNST & WHINNEY (ныне ERNST & YOUNG).

По высказыванию самого Тони Скоуна тест компании ERNST & WHINNEY хоть и «составлен не без намека, но зерно здравого смысла в нем есть» [16]. И действительно, если обратиться к тесту на банкротство компании ERNST & WHINNEY [17], то следует признать, что чувство иронии составителей теста прослеживается более чем ярко (таблица 6).

Таблица 6 – Тест по диагностике банкротства компании ERNST & WHINNEY

№	Вопрос оценки	Ответ (да/нет)
1	Директора ездят на личных «Роллс-ройсах»	
2	Наличие фонтана в приемной	
3	Наличие флагштока во дворе фабрики	
4	Неквалифицированный / немолодой бухгалтер	

5	Наличие награды Его Королевского Величества (для Великобритании)	
6	Аудитор, который работал с компанией, сделал блестящую карьеру	
7	Наличие нового офиса	
8	Наличие в названии фирмы слова «Hi-Tech»	
9	Годовой отчет с фотографией председателя совета директоров, который спускается с вертолета	
10	Компания недавно открыла офис в Китае	
11	Продукция компании – лидер рынка	
12	Удовлетворенные жизнью сотрудники, отсутствие забастовок	

Еще одним подходом антикризисного управления по качественным признакам является методика В.В. Ковалева [12].

Методика В.В. Ковалева, базирующаяся на обобщении разработок зарубежных аудиторских фирм, в том числе на рекомендациях Комитета по обобщению практики аудита (Великобритания), и адаптированная к отечественной специфике хозяйствования, содержит двухуровневую систему показателей оценки ВБК (таблица 7).

Таблица 7 – Методика оценки ВБК на основе качественных показателей В.В. Ковалева

№ группы	Характеристика показателей группы	Состав показателей группы
I	Неблагоприятные текущие значения показателей или неблагоприятная динамика их изменения свидетельствуют о возможных для предприятия в ближайшем будущем значительных финансовых затруднений, в том числе вероятного банкротства	1) значимые потери, которые повторяются в основной производственной деятельности 2) превышение некоторого критического уровня просроченной кредиторской задолженности 3) чрезмерное использование краткосрочных заемных средств как источника финансирования долгосрочных вложений 4) стабильно низкие значения коэффициентов ликвидности 5) хронический недостаток оборотных средств 6) устойчивый удельный вес заемных средств, который приближается к опасной границе в общей сумме источников средства 7) неверная реинвестиционная политика 8) превышение размеров заемных средств над установленными лимитами 9) хроническое невыполнение обязательств перед инвесторами, кредиторами и акционерами относительно своевременности возврата займов, выплаты процентов и дивидендов 10) высокий удельный вес просроченной дебиторской задолженности 11) наличие сверхнормативных товарных и производственных запасов 12) ухудшение отношений с учреждениями банковской системы 13) вынужденное использование новых источников финансовых ресурсов на относительно невыгодных условиях 14) применение в производственном процессе оборудования и оснащения с истекшими сроками эксплуатации (использования) 15) потенциальные потери долгосрочных контрактов 16) неблагоприятные изменения в портфеле заказов
II	Показатели, неблагоприятные значения которых не дают основания рассматривать текущее финансовое состояние предприятия как критическое, но вместе с тем они указывают, что при определенных условиях, обстоятельствах, если не принять действенных мер, ситуация может резко ухудшиться	1) потери ключевых сотрудников аппарата управления 2) вынужденные остановки, а также нарушения производственно-технологического процесса 3) недостаточная диверсификация деятельности предприятия, то есть чрезмерная зависимость финансовых результатов от какого-либо одного конкретного проекта, типа оснащения, вида активов и др. 4) излишняя ставка на прогнозируемую успешность и прибыльность нового проекта 5) участие предприятия в судебных разбирательствах с непредусмотренным исходом 6) потеря ключевых контрагентов 7) недооценка необходимости и уровня технического и технологического обновления предприятия

	8) неэффективные долгосрочные соглашения
	9) политические риски, связанные с предприятием вообще, его ключевыми подразделениями или сотрудниками

Однако следует признать, что по рекомендациям В.В. Ковалева критические значения показателей, представленных в таблице 7, должны быть детализированы по областям деятельности оцениваемых хозяйствующих субъектов, что, в свою очередь, требует накопления определенных статистических данных [12].

Иначе говоря, четких рекомендаций, позволяющих судить о степени приближения оцениваемого предприятия к банкротству методика В.В. Ковалева не дает.

Ниже представлены результаты сравнительного внутригруппового анализа рассмотренных подходов к антикризисному управлению по качественным признакам: модели Дж. Аргенти, модели Т. Скоуна, методики В.В. Ковалева, методики компании Ernst & Whinney (таблица 8).

Таблица 8 – Результаты сравнительного внутригруппового анализа рассмотренных подходов к антикризисному управлению по качественным признакам

Оцениваемая характеристика	Рассматриваемый подход			
	Модель Дж. Аргенти	Модель Т. Скоуна	Методика В.В. Ковалева	Методика компании Ernst & Whinney
Количество групп оцениваемых показателей	3	1	2	1
Количество показателей оценки	17	13	25	12
Наличие критических значений для принятия решений по оцениваемым показателям (да-1, нет-0)	1	1	0	0

Обобщенная оценка качества подходов к антикризисному управлению по качественным признакам (модели Дж. Аргенти, модели Т. Скоуна, методики В.В. Ковалева, методики компании Ernst & Whinney) проводилась на основе аддитивной квалиметрической модели вида:

$$K_i = \left[\frac{X_i}{X_{\max}} + \frac{Y_i}{Y_{\max}} + \frac{Z_i}{Z_{\max}} \right] \cdot \frac{1}{3}, \quad (1)$$

где K_i – обобщенная оценка качества i -го подхода к антикризисному управлению по качественным признакам;

X_i, X_{\max} – количество групп оцениваемых показателей в i -ом подходе и максимальное количество групп оцениваемых показателей среди всех подходов (таблица 8) соответственно;

Y_i, Y_{\max} – количество показателей оценки в i -ом подходе и максимальное количество показателей оценки среди всех подходов (таблица 8) соответственно;

Z_i, Z_{\max} – оценка наличия критических значений для принятия решений по оцениваемым показателям в i -ом подходе и максимальные наличия критических значений для принятия решений по оцениваемым показателям среди всех подходов (таблица 8) соответственно.

Результаты оценки качества подходов к антикризисному управлению по качественным признакам (модели Дж. Аргенти, модели Т. Скоуна, методики В.В. Ковалева, методики компании Ernst & Whinney), проведенной на основе аддитивной квалиметрической модели вида (1), представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Результаты оценки качества подходов к антикризисному управлению по качественным признакам на основе аддитивной квалиметрической модели

Показатели квалиметрической оценки	Рассматриваемый подход			
	Модель Дж. Аргенти	Модель Т. Скоуна	Методика В.В. Ковалева	Методика компании Ernst & Whinney
$\frac{X_i}{X_{\max}}$	1	0,33	0,67	0,33

$\frac{Y_i}{Y_{\max}}$	0,68	0,52	1,00	0,48
$\frac{Z_i}{Z_{\max}}$	1	1	0	0
K_r	0,95	0,62	0,56	0,27

Таким образом, сравнительная оценка качества подходов к антикризисному управлению по качественным признакам, проведенная на основе аддитивной квалиметрической модели (1), показала, что наивысшим уровнем качества обладает модель Дж. Аргенти, а наименьшим – методика компании Ernst & Whinney.

Однако если перейти от внутригрупповой оценки к межгрупповой, сравнив группу подходов к антикризисному управлению по качественным признакам с другими известными подходами, представленными на рисунке 2 (за исключением группы страновых и отраслевых моделей оценки, позиционируемых как специализированные), воспользовавшись методом надежного планирования Г. Тагути [21], следует признать, что методы оценки ВБК по качественным признакам, обладая наименьшей функциональностью характеризуются наибольшими значениями функции потерь качества (рисунок 3).

Значение функции потерь (издержек) качества групп подходов к оценке ВБК	Высокие	Группа моделей оценки на основе качественных показателей				Группа комплексных моделей оценки
	Средние		Группа оценки на основе моделей дискриминантного анализа		Группа нейросетевых моделей оценки	
	Низкие			Группа логит- и пробит-моделей оценки		
		Минимальный	Удовлетворительный	Средний	Хороший	Высокий
Уровень функциональности оценки групп моделей						

Рисунок 3 – Межгрупповое сравнение подходов к антикризисному управлению на основе метода Г. Тагути

Говоря об оценке значений функции потерь по методу Г. Тагути (рисунок 3), необходимо отметить, что в ней заложены, с одной стороны:

- трудоемкость проведения оценки, с одной стороны;
- обеспечиваемый уровень качества результатов при использовании результатов оценки, с другой стороны.

В этой связи несмотря на то, что группа подходов к антикризисному управлению по качественным признакам характеризуется наименьшей трудоемкостью проведения оценки, характеризуется высоким значением функции потерь (издержек), обусловленным относительно низким уровнем качества при использовании результатов оценки.

В то же время, если по оси абсцисс модели Г. Тагути рассматривать помимо уровней функциональности оценки групп моделей антикризисного управления этапы диагностики ВБК (слева направо), то подходы к антикризисному управлению по качественным признакам наилучшим образом подходят для первого этапа.

Обсуждение результатов и выводов

Таким образом, проведенный на основе предложенной аддитивной квалиметрической модели сравнительный внутригрупповой анализ подходов к антикризисному управлению по качественным признакам (из состава: модель Дж. Аргенти, модель Т. Скоуна, методика В.В. Ковалева, методика компании Ernst & Whinney) показал, что наивысшим уровнем качества обладает модель Дж. Аргенти, а наименьшим методика компании Ernst & Whinney.

Межгрупповое сравнение групп подходов к антикризисному управлению (из состава: группа моделей оценки на основе качественных показателей, группа оценки на основе моделей дискриминантного анализа, группа логит- и пробит-моделей оценки, группа нейросетевых моделей оценки, группа комплексных моделей оценки ВБК), выполненное с применением метода надежного планирования Г. Тагучи, показало, что группа методов антикризисного управления по качественным признакам обладает наименьшей функциональностью и характеризуются наибольшими значениями функции потерь качества.

В то же время для начальных этапов диагностики ВБК подходы к антикризисному управлению по качественным признакам подходят наилучшим образом.

Список литературы

1. *Абрютина М.С., Грачев А.В.* Анализ и финансового управления предприятия финансово-экономической деятельностью предприятия. – М.: Дело состояния и финансового сервис, 2015. – 272 с.
2. Анализ финансово-экономической деятельности финансового предприятия: учеб. пособие предприятия для вузов / под ред. Н.П. Любушина. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 471 с.
3. Антикризисное управление: учебник / под ред. Э.М. Короткова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 620 с.
4. Антикризисное управление: учебное пособие по единой программе подготовки антикризисных управляющих: в 2 томах / отв. ред. Г.К. Таль. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 928, 1027.
5. *Балабанов И.Т.* Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 112 с.
6. *Балдин К.В.* Банкротство предприятия: анализ, учет и прогнозирование: учеб. пособие / К.В. Балдин, В.В. Белугина, С.Н. Галдицкая, И.И. Передеряев. – М.: Дашков и К^о, 2007.
7. *Балдин К.В.* Антикризисное управление: макро- и микроуровень: учебное пособие / К.В. Балдин, О.Ф. Быстров, А.В. Рукосуев. – М.: Дашков и К^о, 2010. – 316 с.
8. *Бобылева А.З.* Финансовое оздоровление фирмы. – М.: Дело, 2012.
9. *Вакуленко Т.Г., Фомина Л.Ф.* Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений. – СПб.: Издательский дом Герда, 2001. – 288 с.
10. *Жарковская Е.П.* Антикризисное управление / Е.П. Жарковская, Б.Е. Бродский, И.Б. Бродский. – М.: Омега-Л, 2011. – 467 с.
11. *Ивасенко А.Г.* Антикризисное управление: учебное пособие. – М.: КноРус, 2010. – 506 с.
12. *Ковалёв В.В.* Финансовый анализ: методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 560 с.
13. *Ларионов И.К.* Антикризисное управление: учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К^о, 2005. – 292 с.
14. *Макаревич Л.М.* Управление предпринимательскими рисками. – М.: Дело и Сервис, 2006. – 448 с.
15. *Попов Р.А.* Антикризисное управление: учеб. пособие. – М.: Высшее образование, 2008. – 305 с.
16. *Скоун Т.* Управленческий учет: как его использовать для контроля бизнеса / пер. с англ.; под ред. Н.Д. Эриашвили. – М.: Аудит, 1997. – 177 с.
17. *Славюк Р.А.* Финансы предприятий. – К.: ЦУЛ, 2008. – 460 с.
18. *Тебекин А.В.* Анализ кризисов с позиций экономической теории // Журнал экономических исследований. – 2018. – Т. 4. – № 12. – С. 3–9.
19. *Тебекин А.В., Конотопов М.В.* Апрельские тезисы 2009 года (о мировом экономическом кризисе) // Инновации и инвестиции. – 2009. – № 1. – С. 2–8.
20. *Тебекин А.В., Тебекина А.А.* Экономические последствия кризиса 2008–2009 гг. для различных отраслей сферы обрабатывающих производств национальной экономики // Журнал экономических исследований. – 2018. – Т. 4. – № 10. – С. 10–16.

21. Rao S., Samant P., Kadampatta A., Shenoy R. An Overview of Taguchi Method: Evolution, Concept and Interdisciplinary Applications // International Journal of Scientific & Engineering Research. – Vol. 4. – Issue 10. – 2013. – October.

References

1. Abrutina M.S., Grachev A.V. Analysis and financial management of the enterprise financial and economic activity of the enterprise. – M.: the Case of the state and financial service, 2015. – 272 p.
2. Analysis of financial and economic activity of a financial enterprise: studies. benefit enterprise for high schools / ed.P. Lyubushin. – M.: UNITY, 2015. – 471 p.
3. Crisis management: the textbook / under the editorship of E.M. Korotkov. – M.: INFRA-M, 2010. – 620 p.
4. Crisis management: training manual for a single program of training crisis managers: 2 volumes / resp. edited by G. K. tal. – M.: INFRA-M, 2004. – P. 928, 1027.
5. Balabanov I.T. Analysis and planning of finances of an economic entity. – M.: Finance and statistics, 2014. – 112 p.
6. Baldin K.V. Bankruptcy of the enterprise: analysis, accounting and forecasting: studies. manual / K.V. Baldin, V.V. Belugina, S.N. Galbicka, I.I. Peredereev. – M.: Dashkov and K^o, 2007.
7. Baldin K.V. Crisis management: macro-and micro level: textbook / K.V. Baldin, O.F. Bystrov, A.V. Rukosuev– M.: Dashkov and K^o, 2010. – 316 p.
8. Bobyleva A.Z. Financial recovery of the company. – M.: Business, 2012.
9. Vakulenko T.G., Fomina L.F. Analysis of accounting (financial) statements for management decisions. – SPb.: Gerda publishing house, 2001. – 288 p.
10. Zharkovskaya E.P. Crisis management / E.P. zharkovskaya, B.E. Brodsky, I.B. Brodsky. – M.: Omega-L, 2011. – 467 p.
11. Ivasenko A.G. Crisis management: textbook. – M.: KnoRus, 2010. – 506 p.
12. Kovalev V.V. Financial analysis: methods and procedures. – M.: Finance and statistics, 2002. – 560 p.
13. Larionov K. Crisis management: textbook. – 3rd ed., pererab. i dop. – M.: Dashkov and K^o, 2005. – 292 p.
14. Makarevich L.M. Business risk Management. – M.: Business and Service, 2006. – 448 p.
15. Popov P.A. Crisis management: studies. benefit. – M.: Higher education, 2008. – 305 p.
16. Scone T. Management accounting: how to use it to control the business / lane. with english.; ed. D. Eriashvili. – M.: Audit, 1997. – 177 p.
17. Slavuk R.A. The Finance of the enterprises. – K.: TSUL, 2008. – 460 p.
18. Tebekin A.V. Crisis analysis from the standpoint of economic theory // Journal of economic research. – 2018. – Vol. 4. – № 12. – P. 3–9.
19. Tebekin A.V., Konotopov M.V. April theses of 2009 (on the world economic crisis) // Innovations and investments. – 2009. – № 1. – P. 2–8.
20. Tepikin A.V., Tebekin A.A. Economic consequences of the crisis of 2008-2009 for the various industries of the manufacturing industries of the national economy // Journal of economic research. – 2018. – Vol. 4. – № 10. – P. 10–16.
21. Rao S., Samant P., Kadampatta A., Shenoy R. An Overview of Taguchi Method: Evolution, Concept and Interdisciplinary Applications // International Journal of Scientific & Engineering Research. – Vol. 4. – Issue 10. – 2013. – October.

РЕОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Алексеев Александр Николаевич,

*д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры организационно-управленческих инноваций,
e-mail: alekseev.an@rea.ru,*

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», г. Москва,

Королёв Григорий Вячеславович,

*студент 3-го курса факультета менеджмента,
e-mail: queen1511@mail.ru,*

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», г. Москва

Цифровая эра – это не просто отличная возможность для компаний, но и её реализация. Одной из самых больших проблем цифровой трансформации предприятий является внутренняя трансформация компании. Проблемы, с которыми обычно сталкиваются предприятия при переходе на цифровизацию, это устаревшие технологические процессы, отсутствие управленческих компетенций нового формата и управление человеческими ресурсами старыми методами. Цифровизация, использующая новые концепции, модели и технологии, обеспечивает более быструю и эффективную работу, а с другой стороны, помогает менеджерам лучше и разумнее руководить.

Основная цель данной статьи – представить модель процесса цифровизации предприятия/компании, которая может быть использована для её преобразования, с целью увеличения производительности и повышения экономической привлекательности. Модель в основном базируется на оптимизации процессов и состоит из грамотного управления персоналом, а также внедрения новых более гибких организационных форм. Авторами статьи предпринята попытка актуализировать процесс трансформации предприятий с учётом требований «Индустрии 4.0».

Ключевые слова: «Индустрия 4.0», предприятие, цифровизация, топ-менеджеры, оцифровка бизнес-процессов, реструктуризация управления, оптимизация процессов

REORGANIZATION OF ENTERPRISES IN THE DIGITAL AGE

Alekseev A.A.,

*doctor of economic sciences, professor,
professor of the department of organizational and management innovations,
e-mail: alekseev.an@rea.ru,*

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow,

Korolev G.V.,

*student of the 3-d year, faculty of management,
e-mail: queen1511@mail.ru,*

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

The digital era is not just a great opportunity for companies, but also its implementation. One of the biggest problems of digital transformation of enterprises is the internal transformation of the company. The problems that enterprises usually face when switching to digitalization are outdated technological processes, the lack of managerial competencies of the new format and the management of human resources by the old methods. Digitalization, using new concepts, models and technologies, provides faster and more efficient work, and on the other hand, helps managers manage better and smarter.

The main goal of this article is to present a model of the process of digitization of an enterprise/company that can be used to transform it, with the aim of increasing productivity and increasing economic attractiveness. The model is mainly based on process optimization and consists of competent personnel management, as well as

the introduction of new, more flexible organizational forms. The authors of the article attempted to update the process of transformation of enterprises, taking into account the requirements of «Industry 4.0».

Keywords: «Industry 4.0», company, digitalization, top managers, digitization of business processes, management restructuring, process optimization

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-82-86

Всемирный экономический форум в Давосе, в лице его президента К.М. Шваба, в 2016 г. провозгласил начало Четвёртой промышленной революции, получившей название – «Индустрия 4.0» [6]. Основное содержание «Индустрии 4.0» (или цифровизации) – динамичное внедрение новейших технологических разработок в повседневную жизнь путём оцифровки всего, что может быть оцифровано с целью минимизации участия человека во всевозможных сферах жизнедеятельности.

Чтобы лучше понять, что такое Четвёртая промышленная революция, необходимо обозначить три предыдущие. Первая из них относится к концу XVIII в. Она связана с появлением паровых машин, что вызвало эру механического производства. О Второй заговорили в начале XX столетия, после появления конвейерного производства, бензиновых двигателей, радио, телефонов и электрического освещения. Третья (цифровая), началась в середине XX в. с появлением мейнфреймов, персональных компьютеров и интернета. Очевидно, что Четвёртая революция опирается на основы Третьей, но выходит далеко за её пределы.

Вопросы цифровизации в той или иной области применения постоянно рассматриваются многими ведущими экономистами и успешными топ-менеджерами. Так, американский экономист П. Макафи указывает на то, что надо принимать искусственный интеллект, который проникает во все сферы деятельности, а не отвергать его [5]; А.В. Шаронов, президент Московской школы управления «Сколково», советует готовить технологических управленцев и предпринимателей; А.Ю. Быков, директор Института фундаментальных правовых и экономических исследований в политике, считает, что «тот, кто овладеет инструментами цифровой экономики, может значительно улучшить своё экономическое положение» [1]; Я.И. Кузьминов, российский экономист, основатель и ректор НИУ «Высшая школа экономики» прогнозирует цифровую революцию в образовании [7]; Г.О. Греф, глава Сбербанка России, полагает, что «цифровизация должна положить конец всем посредникам и инструкциям, избавить нас от огромного количества бумажных инструкций» [2].

Бесспорно, что «Индустрия 4.0» имеет огромный потенциал, способный полностью поменять экономический сектор, так как цифровизация позволяет компаниям более свободно адаптироваться к новым веяниям, быстрее реагировать на изменения спроса, быть ближе к своим клиентам, в то время как компании старого формата останутся в аналоговом прошлом. Таким образом, Четвёртая промышленная революция приведёт к тому, что необходимо будет коренным образом менять принципы ведения бизнеса, а также процесс организации предприятий [4]. И вопрос уже не в том, когда компании необходимо принять цифровой стратегический приоритет (этот переломный момент уже пройден), а в том, как его использовать и превратить в конкурентное преимущество. В данной статье мы остановимся на рассмотрении вопроса проектирования/реконструирования компании.

Итак, цифровизация – это процесс, который заставляет топ-менеджеров переосмысливать отдельные структурные элементы. Технологический прогресс создаёт такие условия, что предприятия/компания вынуждены преобразовывать свою организационную структуру, видоизменять отделы, а также разрабатывать и внедрять передовые, трансформированные под «Индустрию 4.0» модели управления. Большинство названных изменений происходят в результате внедрения нового программного обеспечения. Но никакое самое передовое программное обеспечение не принесёт результатов, если не будет произведено обновление самого предприятия/компания. И здесь необходимо гармоничное сочетание грамотной корпоративной культуры и широкого набора эффективных организационных практик. Таким образом, важно понимать, что цифровая трансформация – это трансформация бизнеса в масштабах всего предприятия и технологии следует рассматривать как приоритет второго порядка. К сожалению, компании зачастую уделяют слишком много внимания техническим аспектам цифровой трансформации и забывают, что истинной ценности можно добиться только в том случае, если произойдёт объединение людей и процессов.

Для достижения максимальной отдачи в процессе обновления необходимо учесть основные факторы, а именно:

- квалификацию, умения и навыки сотрудников;
- состояние бизнес-процессов;
- оптимизацию всевозможных процессов (улучшение продукта, продвижение его на рынке, минимизация стоимости выпускаемой продукции и так далее);
- управление базой данных.

Модель реструктуризации основана на расчётливом управлении как самим предприятием/компанией, так и человеческими ресурсами. Также важно, чтобы цифровизация осуществлялась всесторонне, то есть параллельно с введением нового, необходимо реструктурировать уже существующие бизнес-модели. Для этого необходимо:

- досконально знать все технологические операции, чтобы иметь возможность их внедрения во все процессы системы бережного производства;
- использовать новые технологии для послепродажного обслуживания, а также предложения различных новых услуг;
- максимально роботизировать и автоматизировать все процессы производства;
- отрегулировать и модернизировать имеющиеся производственные линии, с целью максимизации гибкости производимых операций.

Но при оцифровке бизнес-процессов можно столкнуться с определёнными трудностями. Чтобы их избежать, стоит обратить внимание на распространённые ошибки:

- управление проектом цифровизации специалистом, который не понимает её сути (управлять проектом должен специалист, максимально разбирающийся в вопросах цифровизации);
- слишком узкое определение масштабов реструктуризации (мыслить надо глобально);
- быстрое завершение проекта (цифровизация – это непрерывный долгосрочный процесс);
- игнорирование ранее достигнутых ценностей при разработке новой стратегии (проводить цифровизацию необходимо так, чтобы никто и ничто не пострадало).

Лидерство и управление играют незаменимую роль в достижении поставленных компанией целей, а также в работе с клиентами (в частности, в удовлетворении их потребностей), то есть стили управления и адаптации производственных процессов должны меняться в зависимости от требований рынка: цифровизация, использующая новые концепции, модели и технологии, обеспечивает более быструю и эффективную работу, что помогает топ-менеджерам руководить грамотнее и эффективнее.

Недавно проведённое исследование компанией SAP Digital Transformation Executive [10] приводит обнадеживающие данные. Так, 96 % из более чем трёх тысяч опрошенных руководителей говорят, что цифровая трансформация является основной целью их бизнеса; 93 % считают, что технологии необходимы для сохранения конкурентного преимущества; для 84 % респондентов цифровая трансформация – это их цель на ближайшие пять лет. Тем не менее, существует большой разрыв между осознанием и исполнением, только 3 % руководителей уже предприняли усилия по цифровой трансформации в масштабах всей компании. Отсюда вывод: видение процесса цифровой трансформации предприятия/компании должно стать повседневной реальностью в достижении целей изначально для топ-менеджеров, а далее – для всех сотрудников. Грамотное управление обеспечивает верный путь преобразований. При этом сам принцип управления ничем не отличается от того, который был ранее.

Топ-менеджеры не должны становиться IT-специалистами. Им достаточно знать, как использовать новейшие технологии, а также то, что и как их (технологий) внедрение отразится на прогрессе предприятия/компании [9]. При этом надо помнить, что для эффективного управления в период «Индустрии 4.0» не обойтись без динамичного сочетания прогрессивных мыслей, компетенций и навыков, необходимых для изменения и/или улучшения организации с помощью новейших технологий. В первую очередь, это: умение вести переговоры, системное мышление, креативность (умение мыслить нестандартно), когнитивная гибкость (способность быстро переключаться с одной мысли на другую, а также обдумывать несколько вещей одновременно) и так далее.

Сегодня мало стремиться к простой эффективности предприятия/компании. А поскольку цифровые технологии продолжают изменять каждый аспект бизнеса, то и традиционных управленческих

моделей и практик уже недостаточно [3]. Чтобы построить организацию будущего, предприятия/компании могут использовать командный подход, экспериментировать с технологиями совместной работы, поощрять мышление лидерства, сосредоточиться на мобильности талантов и так далее. Например, предприятие/компания может создать группу цифрового взаимодействия с клиентами, то есть выбрать сотрудников для этой группы и поставить перед ними задачу (допустим, разработать и внедрить новый продукт/новую услугу). После выполнения задачи команда расформировывается, а её участники перенаправляются на новые проекты. Таким образом, происходит процесс перехода от матричной модели управления к модели адаптивных команд, члены которых имеют междисциплинарные наборы компетенций, умений и навыков, но одну, общую для всех, временную цель [8]. Применяя подобные методы, предприятия/компании становятся более быстрыми, более гибкими и более адаптируемыми, что позволяет им конкурировать с самыми высокотехнологичными организациями.

Кроме того, организациям нужна чёткая дорожная карта в форме цифровой операционной модели, которая будет тесно связана с бизнес-стратегией каждого конкретного предприятия/компании и приоритетами их клиентов. Например, физическая распределительная сеть и процессы исполнения должны быть оптимально спроектированы для поддержки новых многоканальных стратегий выхода на рынок с цифровой поддержкой как с точки зрения затрат, так и с точки зрения качества обслуживания клиентов. Цифровые операционные модели должны быть спроектированы по следующим ключевым параметрам:

- принципы управления;
- методы организации и управления;
- алгоритм выполнения процессов.

Только путём интеграции этих измерений предприятия/компании смогут получить наибольшую выгоду от их цифрового преобразования.

Подводя общие итоги, надо отметить, что процесс оцифровки очень полезен в качестве инструмента для обновления и реструктуризации предприятий/компаний. В условиях «Индустрии 4.0» это полезно для организационного обновления и успешного финансового роста организации [11]. Единой универсальной модели оцифровки компании, которая проводилась бы по определённому алгоритму и позволила бы повысить конкурентоспособность предприятия/компании не существует. Не хватает историй успеха, передовой практики, извлечённых уроков, которые доказывают преимущества оцифровки, помогают расставить правильные приоритеты в инвестициях, сделать выбор среди возможных действий. То есть в каждом отдельном случае надо действовать индивидуально, учитывая возможные ошибки (риски), действуя методом подбора вариантов, поиска лучших решений и учитывая цифровую зрелость своей отрасли. А так как оцифровка позволяет деловому миру развиваться и создавать новые возможности, то необходимо пользоваться всеми доступными ресурсами, с целью дальнейшего конкурентоспособного развития собственного бизнеса и достижения максимального финансового успеха.

Тем не менее, нельзя допустить, чтобы цифровое преобразование стало самоцелью. Как и в других формах трансформации бизнеса, следует руководствоваться чёткими управленческими установками и ощутимыми бизнес-преимуществами.

Список литературы

1. *Быков А.* Цифровую экономику должны создавать, прежде всего, экономисты // Бизнес России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://businessofrussia.com/2018_02/item/1660-bykov.html (дата обращения: 18.03.2019).
2. Греф призвал ориентироваться на технику Apple при цифровизации экономики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/08/09/2017/59b291959a79477e8d101d0e> (дата обращения: 18.03.2019).
3. *Корягина И.А.* Современные тенденции в теории управления // Синтез науки и общества в решении глобальных проблем современности: сб. науч. статей по итогам Международной науч.-практ. конференции. – 2017. – С. 170–172.
4. *Лошкова И.В., Королёв Г.В.* Перспективы внедрения технологических платформ «Индустрии 4.0» в России // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2019. – № 1. – С. 156–164.

5. Престон Макафи – о влиянии цифровой экономики на людей и появление новых рынков [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://arb.ru/b2b/interview/preston_makafi_o_vliyanii_tsifrovoy_ekonomiki_na_lyudey_i_royavlenie_novykh_rynkh-10118768/ (дата обращения: 18.03.2019).
6. Четвертая промышленная революция: как к ней готовиться [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://academcity.org/content/chetvertaya-promyshlennaya-revolyuciya-kak-k-ney-gotovitsya> (дата обращения: 27.02.2019).
7. Ярослав Кузьминов прогнозирует цифровую революцию в образовании и на рынке труда [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://businessportal.pro/news/kadry/yaroslav-kuzminov-prognoziruet-tsifrovuyu-revolyutsiyu-v-obrazovanii-i-na-rynke-truda.html> (дата обращения: 18.03.2019).
8. Aligning the organization for its digital future [Electronic resource]. URL: <https://sloanreview.mit.edu/projects/aligning-for-digital-future/> (date of the application: 27.02.2019).
9. *Khachatryan M.V., Koryagina I.A., Nikishova M.* Features of formation and development of possessory risk management systems of organization in the Russian economy // International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering. – 2017. – Т. 11. – № 7. – С. 45–49.
10. SAP Digital Transformation Executive Study: Ways Leaders Set Themselves Apart [Electronic resource]. URL: <https://www.sap.com/dmc/exp/4-ways-leaders-set-themselves-apart/index.html> (date of the application: 19.04.2019).
11. What a digital organisation looks like [Electronic resource]. URL: <https://medium.com/doteveryone/what-a-digital-organisation-looks-like-82426a210ab8> (date of the application: 27.02.2019).

References

1. *Bykov A.* Cifrovuyu ehkonomiku dolzhny sozdavat' prezhdе vsego ehkonomisty // Biznes Rossii [Ehlektronnyj resurs]. URL: http://businessofrussia.com/2018_02/item/1660-bykov.html (data obrashcheniya: 18.03.2019).
2. Gref prizval orientirovat'sya na tekhniku Apple pri cifrovizacii ehkonomiki [Ehlektronnyj resurs]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/08/09/2017/59b291959a79477e8d101d0e> (data obrashcheniya: 18.03.2019).
3. *Koryagina I.A.* Sovremennye tendencii v teorii upravleniya // Sintez nauki i obshchestva v reshenii global'nyh problem sovremennosti: sb. nauch. statej po itogam Mezhdunarodnoj nauch.-prakt. konferencii. – 2017. – S. 170–172.
4. *Loshkova I.V., Korolev G.V.* Perspektivy vnedreniya tekhnologicheskikh platform «Industrii 4.0» v Rossii // Menedzhment i biznes-administrirovanie. – 2019. – №1. – S. 156–164.
5. Preston Makafi – о влиянии цифровой экономики на людей и появление новых рынков [Ehlektronnyj resurs]. URL: https://arb.ru/b2b/interview/preston_makafi_o_vliyanii_tsifrovoy_ekonomiki_na_lyudey_i_royavlenie_novykh_rynkh-10118768/ (data obrashcheniya: 18.03.2019).
6. Четвертая промышленная революция: как к ней готовит'sya [Ehlektronnyj resurs]. URL: <https://academcity.org/content/chetvertaya-promyshlennaya-revolyuciya-kak-k-ney-gotovitsya> (data obrashcheniya: 27.02.2019).
7. Yaroslav Kuz'minov prognoziruet cifrovuyu revolyutsiyu v obrazovanii i na rynke truda [Ehlektronnyj resurs]. URL: <http://businessportal.pro/news/kadry/yaroslav-kuzminov-prognoziruet-tsifrovuyu-revolyutsiyu-v-obrazovanii-i-na-rynke-truda.html> (data obrashcheniya: 18.03.2019).
8. Aligning the organization for its digital future [Electronic resource]. URL: <https://sloanreview.mit.edu/projects/aligning-for-digital-future/> (date of the application: 27.02.2019).
9. *Khachatryan M.V., Koryagina I.A., Nikishova M.* Features of formation and development of possessory risk management systems of organization in the Russian economy // International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering. – 2017. – Т. 11. – № 7. – С. 45–49.
10. SAP Digital Transformation Executive Study: Ways Leaders Set Themselves Apart [Electronic resource]. URL: <https://www.sap.com/dmc/exp/4-ways-leaders-set-themselves-apart/index.html> (date of the application: 19.04.2019).
11. What a digital organisation looks like [Electronic resource]. URL: <https://medium.com/doteveryone/what-a-digital-organisation-looks-like-82426a210ab8> (date of the application: 27.02.2019).

СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ ФРАНЧАЙЗИНГА

Рязанов Александр Анатольевич,

канд. экон. наук, доцент,

доцент кафедры экономики городского хозяйства и сферы обслуживания,

e-mail: alekryazanov@yandex.ru,

Московский университет имени С.Ю. Витте, г. Москва

Актуальность темы статьи обусловлена как недостаточной теоретической разработкой вопросов классификации видов и форм франчайзинга, так и объективной потребностью в анализе современного состояния и основных тенденций развития схем франчайзингового взаимодействия хозяйствующих субъектов, а также практической значимостью исследований, облегчающий выбор оптимального варианта такого взаимодействия для франчайзи и франчайзера. Целью исследования является выявление и обоснование ключевых сущностных признаков, а также структурирование в рамках классификации современных видов франчайзинга. В процессе анализа сущности и взаимосвязей, а также разработки классификации современных видов франчайзинга автором использовались такие методы исследования социально-экономических явлений как диалектический, системный, структурно-функциональный, институциональный, историко-логический, сравнительно-аналитический, а также методы научной абстракции, индукции, дедукции, нормативного и позитивного анализа и синтеза. В статье представлены авторская классификация и авторские определения современных видов франчайзинга, являющиеся элементами научной новизны.

Ключевые слова: франчайзинг, классификация, франчайзер, франчайзи, франшиза, франчайзинговый пакет, франчайзинговая сеть

MODERN TYPES OF FRANCHISING

Ryazanov A.A.,

candidate of economic sciences, Associate Professor,

Associate Professor of the department of urban economics and service sector,

e-mail: alekryazanov@yandex.ru,

Moscow Witte University, Moscow

The relevance of the topic of the article is due to the lack of theoretical development of the classification of types and forms of franchising, as well as the objective need to analyze the current state and main trends in the development of schemes of franchising interaction of economic entities, as well as the practical significance of research, facilitating the choice of the optimal. The aim of the study is to identify and substantiate the key essential features, as well as structuring within the classification of modern types of franchising. In the process of analysis of the essence and relationships, as well as the development of classification of modern types of franchising, the author used such methods of research of socio-economic phenomena as dialectical, systemic, structural and functional, institutional, historical and logical, comparative and analytical, as well as methods of scientific abstraction, induction, deduction, normative and positive analysis and synthesis. The article presents the author's classification and author's definitions of modern types of franchising, which are elements of scientific novelty.

Keywords: franchising, classification, franchisor, franchisee, franchise, franchise package, franchise network

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-87-93

С тех пор как появились и начали развиваться первые франчайзинговые системы, были опробованы разнообразные схемы организации взаимодействия франчайзеров и франчайзи в различных сферах бизнеса [6]. За десятилетия распространения франчайзинга в разных национальных хозяйственных системах постепенно сформировались различные формы и виды франчайзинга [5, 8]. Выбор вариантов франшиз даже на российском рынке франчайзинга, не говоря уже о мировом, огромен [2, 3, 4]. Очевидно, что прежде, чем приобретать ту или иную франшизу, потенциальному франчайзи стоит изучить и проанализировать её особенности. Понимание же сущности различных видов и форм франчайзинга облегчает начинающему предпринимателю ориентирование в предложениях франчайзеров и выборе оптимального варианта предпринимательской деятельности.

В данной статье представлена авторская классификация видов франчайзинга. Рассмотрим её подробнее.

Ведущим основанием для классификации видов и форм франчайзинга автор считает состав франшизы (франчайзингового пакета) – комплекса исключительных прав и ресурсов, передаваемых франчайзером франчайзи. По данному основанию автор считает возможным выделить франчайзинг бизнес-формата, предполагающий передачу франчайзером франчайзи всей разработанной и апробированной на практике системы организации и ведения бизнеса, а также ограниченный франчайзинг, в рамках которого франчайзер передает франчайзи лишь отдельные элементы данной системы.

Следует отметить, что в настоящее время в мире более распространен **франчайзинг бизнес-формата** - вид франчайзинга, при котором франчайзер, являющийся разработчиком отработанной успешной запатентованной модели (концепции) ведения бизнеса, предоставляет франчайзи право полностью скопировать свою бизнес-модель при создании собственного предприятия такого же профиля и осуществлении своей предпринимательской деятельности. При этом франчайзи не имеет права вносить в данную модель каких-либо изменений. В результате франчайзи полностью идентифицируется потребителями его продукции и бизнес-сообществом с франчайзером.

В состав франшизы (франчайзингового пакета) франчайзинга бизнес-формата, как правило, входят: исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности результаты успешной маркетинговой деятельности франчайзера, имеющего выраженный положительный потребительский имидж и высокую деловую репутацию в бизнес-сообществе, идентификационные признаки франчайзера (товарный знак, знак обслуживания, фирменный стиль и др.); брэнд-бук – подробное описание и инструкция-руководство по использованию брэнда, оформлению интерьера и освещению помещений, расположению мебели, мерчандайзингу, внешнему виду сотрудников, осуществлению маркетинговой деятельности; концепция создания предприятия и развития бизнеса; хэнд-бук – инструкция-руководство для франчайзи, свод правил и норм по эффективному копированию бизнес-модели франчайзера; инструкция-руководство по вопросам оборудования и использования коммерческой недвижимости и производственных помещений (месторасположение, интенсивность людских потоков, диапазон арендной ставки и т.д.); исключительное право производить определенный перечень (ассортимент) товаров и маркировать их товарным знаком франчайзера и (или) продавать определенный перечень (ассортимент) товаров, промаркированных товарным знаком франчайзера; исключительное право использовать разработанные и запатентованные франчайзером технологии производства товара (продажи, пред- и послепродажного обслуживания, оказания услуги, выполнения работы); оборудование, сырье, комплектующие изделия, материалы (товары), поставляемые со скидкой; инструкция-руководство по организации производства, пред- (после) продажного обслуживания реализуемых товаров; инструкция-руководство по организации работы с поставщиками и клиентами; инструкция-руководство по подбору и управлению персоналом; услуги по обучению учредителей предприятия-франчайзи основам копирования бизнес-модели франчайзера, а его ведущих специалистов – особенностям исполнения должностных обязанностей в рамках данной модели; исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности коммерческую информацию, опыт, маркетинговую, экспертную, консалтинговую, аудиторскую поддержку компании-франчайзера; инструкция-руководство по ведению и предоставлению отчетности и другие элементы.

Родоначальником франчайзинга бизнес-формата считается компания McDonald's System Inc, у истоков создания которой стояли братья Ричард и Морис МакДональды. Обобщив накопленный за не-

сколько лет предпринимательской деятельности опыт, они разработали бизнес-концепцию ресторана быстрого обслуживания клиентов стандартным ассортиментом блюд, которую успешно реализовали на практике в 1948 г. Однако расширять свою сеть братья Макдональды не торопились, так как не хотели лично контролировать деятельность франчайзи. Поворотным моментом в развитии сети McDonald's стало произошедшее в 1954 г. знакомство братьев Макдональдов с дистрибьютором кухонных миксеров Реймондом Кроком, который быстро оценил потенциал их бизнес-концепции и предложил свою помощь в создании и распространении франшизы на её основе. Получив согласие правообладателей, Крок стал исключительным агентом Макдональдов по франчайзингу и в 1955 г. основал франчайзинговую компанию McDonald's System Inc. Разрабатывая франшизу McDonald's, Крок усовершенствовал бизнес-концепцию братьев Макдональдов, интегрировав в неё несколько своих оригинальных идей, например, сформулировал идеологию работы с клиентами, выраженную в принципе «Качество, чистота, сервис и цены». При этом франшиза, впервые в мире, включала готовую систему ведения успешного бизнеса, а не её отдельные элементы. Цена предлагаемой на 20 лет франшизы составляла 950 долл. Роялти составлял 1,9 % от объема продаж, из которых 1,5 % шли Кроку, а 0,4 % – братьям Макдональдам.

Первый ресторан новой франчайзинговой сети был открыт уже в 1955 г. в г. Дес-Плейнз (штат Иллинойс). В настоящее время он является музеем корпорации. Вскоре Крок выкупил исключительное право на использование бизнес-концепции McDonald's у братьев Макдональдов за 2,7 млн долл. и получил полную свободу действий.

В настоящее время McDonald's является крупнейшей в мире сетью ресторанов быстрого питания и насчитывает более 35 тыс. предприятий (5 тыс. принадлежащих McDonald's System Inc. и 30 тыс. франчайзинговых) в 118 странах мира. Франшиза компании стоит 45 тыс. долл., совокупные инвестиции франчайзи составляют более 1 млн долл., роялти – от 4 % выручки. Первый ресторан McDonald's был открыт в России еще в 1990 г. в Москве. В настоящее время их более 320. До 2014 г. все они принадлежали ЗАО «Москва-Макдоналдс» – дочерней компании McDonald's System Inc. В 2013 г. был заключен договор коммерческой концессии с ООО «Развитие РОСТ», получившей исключительное право открывать рестораны McDonald's на вокзалах и в аэропортах Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга. В 2014 г. первый в России франчайзинговый ресторан McDonald's был открыт в аэропорту Пулково.

Ограниченный франчайзинг получил значительно меньшее распространение. Данный вид франчайзинга предполагает предоставление франчайзером, являющимся разработчиком отработанной успешной запатентованной модели (концепции) ведения бизнеса, франчайзи права использовать отдельные элементы данной бизнес-модели при создании собственного предприятия такого же профиля и осуществлении своей предпринимательской деятельности.

В свою очередь, в зависимости от сферы предпринимательства, выбранной франчайзи, ограниченный франчайзинг, по мнению автора, подразделяется на сбытовой (торговый, распределительный), товарный, производственный (промышленный), сервисный и смешанный.

Сбытовой ограниченный франчайзинг представляет собой вид франчайзинга, при котором франчайзер (как правило, производитель или оптовый продавец) предоставляет франчайзи исключительные права на продажу (как правило, в розницу) на определенной территории определенного ассортимента товаров, промаркированных товарным знаком франчайзера, а также на использование при осуществлении торгово-коммерческой предпринимательской деятельности идентификационных признаков франчайзера (знака обслуживания, фирменного стиля и др.), разработанной и апробированной технологии продаж, стандартов обслуживания покупателей. Следует отметить накладываемые на франчайзи соглашения о торговом франчайзинге ограничения на реализацию продукции прямых конкурентов франчайзера. Франчайзинговый пакет (франшиза) при данном виде франчайзинга, как правило, включает: исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности результаты успешной маркетинговой деятельности франчайзера, его идентификационные признаки; брэнд-бук; инструкцию-руководство по вопросам использования коммерческой недвижимости (месторасположение, интенсивность людских потоков, диапазон арендной ставки и т.д.); исключительное право продавать определенный ассортимент товаров, промаркированных товарным знаком франчайзера; исключительное право использовать разработанную, апробированную и запатентован-

ную франчайзером технологию продажи данных товаров; торговое оборудование, товары, поставляемые со скидкой; инструкцию-руководство по работе с клиентами; инструкцию-руководство по управлению персоналом; услуги по обучению учредителей предприятия-франчайзи и его ведущих специалистов основам эффективных продаж продукции франчайзера; исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности коммерческую информацию, опыт, опыт, маркетинговую, экспертную, консалтинговую, аудиторскую поддержку компании-франчайзера; инструкцию-руководство по ведению и предоставлению отчетности и другие элементы.

Кроме того, в зависимости от функций, реализуемых франчайзером и франчайзи в цепочке создания ценности реализуемой франчайзи продукции, автор считает возможным выделить несколько разновидностей сбытового франчайзинга: «производитель – оптовый продавец», «производитель – розничный продавец», «оптовый продавец – оптовый продавец», «оптовый продавец – розничный продавец», «розничный продавец – розничный продавец».

Родоначальником сбытового франчайзинга, по мнению автора, является основанная в 1932 г. в Голландии сеть оптовых и розничных продавцов сельскохозяйственной продукции «De SPAR», учредители которой разработали концепцию успешного бакалейного магазина и стали продавать права на её использование всем желающим членам союза. В настоящее время данная международная франчайзинговая сеть функционирует под брэндом «SPAR».

Товарный франчайзинг, по сути, аналогичен сбытовому, поэтому многие исследователи франчайзинга их отождествляют. Однако автор считает их разными видами франчайзинга. Существенной особенностью товарного франчайзинга автору представляется специфический характер реализуемого франчайзи товара, который является либо полуфабрикатом, нуждающимся в определенной доработке перед продажей и использованием конечным потребителем, либо технически сложной готовой продукцией, требующей определенного послепродажного обслуживания. В этой связи **товарный ограниченный франчайзинг** автор считает возможным определить как вид франчайзинга, при котором франчайзер (как правило, производитель или оптовый продавец) предоставляет франчайзи исключительные права на продажу (как правило, в розницу) определенного ассортимента товаров, промаркированных товарным знаком франчайзера, а также на использование при осуществлении своей торгово-коммерческой предпринимательской деятельности идентификационных признаков франчайзера, разработанных и апробированных технологий продаж, *пред- и (или) послепродажного обслуживания*, стандартов обслуживания покупателей. В состав франчайзингового пакета при товарном франчайзинге, кроме элементов, характерных для сбытового франчайзинга, могут входить: инструкция-руководство по вопросам оборудования коммерческой недвижимости и производственных помещений; исключительное право использовать разработанную, апробированную и запатентованную франчайзером технологию пред- и (или) послепродажного обслуживания продукции франчайзера; производственное оборудование, комплектующие изделия, поставляемые со скидкой; инструкция-руководство по организации пред- (после) продажного обслуживания реализуемых товаров.

В зависимости от функций, реализуемых при товарном франчайзинге франчайзером и франчайзи в цепочке создания ценности реализуемой и обслуживаемой франчайзи продукции, по мнению автора, следует различать несколько разновидностей данного вида франчайзинга: «производитель – оптовый продавец и поставщик дополнительной услуги», «производитель – розничный продавец и поставщик дополнительной услуги», «оптовый продавец – оптовый продавец и поставщик дополнительной услуги», «оптовый продавец – розничный продавец и поставщик дополнительной услуги», «розничный продавец – розничный продавец и поставщик дополнительной услуги».

Первым данным видом франчайзинга стала использовать еще в середине XIX в. американская компания Singer Sewing Machine Company. Её основателю Исааку Мерриту Зингеру удалось организовать эффективное крупносерийное производство конкурентоспособных швейных машин, однако их реализация столкнулась с серьезными трудностями. Домохозяйки скептически относились к новому, достаточно сложному для них и дорогостоящему оборудованию, а также необходимости приобретать его в магазине, расположенном в другом городе. Решить проблему сбыта могли только знающие местные рынки продавцы, способные принести товар прямо домой к покупателю, показать, как он работает и разъяснить его преимущества. Однако средств на создание собственной эффективной торговой сети у компании не

было. Поэтому с 1851 г. стала применяться оригинальная система продаж и сервиса, сущность которой заключалась в продаже независимым фирмам исключительных прав на продажу и обслуживание швейных машин с использованием знака обслуживания Singer на определенной территории.

Несколько позже (с 1886 г.) еще один вариант товарного франчайзинга стала применять другая американская компания The Coca-Cola Company, распространявшая производимый по конфиденциальной технологии концентрированный сироп среди юридически независимых заводов по розливу безалкогольных напитков, которые получали также право использовать фирменный товарный знак компании и покупать фирменные бутылки.

Производственным автор считает вид ограниченного франчайзинга, при котором компания-франчайзер (как правило, разработчик или производитель определенной продукции) предоставляет франчайзи (также являющемуся производственным предприятием) исключительное право включиться в свою производственную кооперацию и производить, используя разработанные и апробированные франчайзером технологии, поставляемые им оборудование, сырьё, комплектующие изделия и материалы, определенный ассортимент товаров, а также маркировать произведенные таким образом товары товарным знаком франчайзера и использовать при осуществлении своей предпринимательской деятельности другие идентификационные признаки франчайзера. Основными элементами франчайзингового пакета при производственном франчайзинге являются: исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности результаты успешной маркетинговой деятельности франчайзера, его идентификационные признаки; брэнд-бук; инструкция-руководство по вопросам оборудования и использования коммерческой недвижимости и производственных помещений; исключительное право производить, маркировать товарным знаком франчайзера и продавать определенный ассортимент товаров; исключительное право использовать разработанные, апробированные и запатентованные франчайзером производственные технологии; производственное оборудование, сырьё, комплектующие изделия, материалы, поставляемые со скидкой; инструкция-руководство по организации производства; инструкция-руководство по организации работы с клиентами; инструкция-руководство по управлению персоналом; обучение учредителей предприятия-франчайзи и его ведущих специалистов; исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности коммерческую информацию, опыт, опыт, маркетинговую, экспертную, консалтинговую, аудиторскую поддержку компании-франчайзера; инструкция-руководство по ведению и предоставлению отчетности и другие. У истоков производственного франчайзинга стояла упомянутая выше американская компания The Coca-Cola Company.

Под сервисным ограниченным франчайзингом в данной работе будет вид франчайзинга, при котором компания-франчайзер, действующая в любой сфере предпринимательской деятельности, передает предприятию-франчайзи, относящемуся к сфере услуг, исключительные права на оказание, с использованием разработанной и апробированной франчайзером технологии, поставляемых им оборудования и материалов, определенного ассортимента услуг, а также на использование при осуществлении его предпринимательской деятельности идентификационных признаков франчайзера. В составе франчайзингового пакета при сервисном франчайзинге франчайзи, как правило, получает: исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности результатов маркетинговой деятельности компании-франчайзера, её идентификационные признаки; брэнд-бук; инструкцию-руководство по вопросам оборудования и использования коммерческой недвижимости; исключительное право оказывать определенный ассортимент услуг; исключительное право использовать разработанные, апробированные и запатентованные франчайзером технологии оказания услуг; оборудование, материалы, поставляемые со скидкой; инструкция-руководство по организации процесса оказания услуг; инструкцию-руководство по работе с клиентами; инструкцию-руководство по подбору и управлению персоналом; услуги по обучению учредителей предприятия-франчайзи и его ведущих специалистов основам эффективных продаж продукции франчайзера; исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности коммерческую информацию, опыт, маркетинговую, экспертную, консалтинговую, аудиторскую поддержку компании-франчайзера; инструкцию-руководство по ведению и предоставлению отчетности и другие элементы.

К разновидностям сервисного франчайзинга, выделяемым в зависимости от функций, реализуемых франчайзером и франчайзи в цепочке создания ценности реализуемой франчайзи продукцией,

автор относит: «производитель – поставщик услуги», «оптовый продавец – поставщик услуги», «розничный продавец – поставщик услуги», «поставщик услуги – поставщик услуги».

Одним из первых франчайзеров данного вида стала в середине 1960-х гг. компания Hilton Inn.

Наконец, **смешанный ограниченный франчайзинг** предполагает комбинирование элементов, рассмотренных ранее видов франчайзинга. Например, франчайзи сети косметических салонов франчайзера – производителя косметики оказывают своим клиентам услуги с использованием продукции франчайзера, при этом осуществляя и её продажу. В зависимости от функций, реализуемых франчайзером и франчайзи в цепочке создания ценности реализуемой франчайзи продукции, в рамках данного вида франчайзинга можно выделить следующие его разновидности: «производитель – оптовый продавец и поставщик услуги», «производитель – розничный продавец и поставщик услуги», «оптовый продавец – оптовый продавец и поставщик услуги», «оптовый продавец – розничный продавец и поставщик услуги», «розничный продавец – розничный продавец и поставщик услуги».

По количеству предоставляемых одному франчайзи франшиз автор считает возможным выделить **индивидуальный франчайзинг**, при котором франчайзи получает право открыть только одно франчайзинговое предприятие на определенной территории, и **корпоративный франчайзинг**, позволяющий франчайзи открыть на определенной территории несколько предприятий и сразу же ориентированы на создание и последовательное развитие собственной региональной франчайзинговой сети. В свою очередь, по характеру освоения франчайзи отведенной ему франчайзером территории, корпоративный франчайзинг бывает последовательным (на условиях опциона) и местным (развития территории, освоения региона). **Последовательный корпоративный франчайзинг** – вид франчайзинга, при котором франчайзи получает преимущественное право на последовательное открытие нескольких франчайзинговых предприятий на определенной территории на льготных условиях при условии соблюдения условий договора с франчайзером в течение определенного периода времени. При этом открытие данных предприятий осуществляется на основании нескольких последовательно заключаемых между франчайзером и данным франчайзи договоров. **Местный же корпоративный франчайзинг** предполагает предоставление франчайзи исключительного права сразу же открывать несколько франчайзинговых предприятий в определенном регионе. Их количество и график открытия определяются условиями договора. Франчайзи получает статус «разработчика территории» (area developer) и право заключать договоры с другими франчайзи на открытие франчайзинговых предприятий на данной территории от имени франчайзера.

По количеству уровней управления во франчайзинговой сети, под которой в данной работе будет пониматься упорядоченная по иерархическому принципу совокупность франчайзера и его франчайзи, автор предлагает выделить **прямой франчайзинг**, предполагающий одинаковый статус всех франчайзи во франчайзинговой сети и регулярное непосредственное взаимодействие должностных лиц компании-франчайзера и предприятий-франчайзи, и **многоуровневый франчайзинг** основанный на регулярном непосредственном взаимодействии должностных лиц компании-франчайзера и группы предприятий-франчайзи, которым делегирована часть полномочий франчайзера и которые регулярно непосредственно взаимодействуют с другими франчайзи франчайзинговой сети. В свою очередь, многоуровневый франчайзинг, по объему делегированных группе франчайзи, непосредственно взаимодействующих с франчайзером, полномочий последнего, можно разделить на **субфранчайзинг**, при котором франчайзер делегирует *часть* своих полномочий по организации и поддержанию взаимодействия с франчайзи, расположенными на определенной территории (город, административно-территориальное объединение, страна, группа стран), одному из франчайзи (субфранчайзеру), и **мастер-франчайзинг**, когда такому франчайзи (мастер-франчайзи) делегируются *практически все* подобные полномочия. Мастер-франчайзинг, как правило, используется в крупных франчайзинговых сетях и при существенных отличиях политико-правовых, социально-экономических, культурных и других условий осуществления предпринимательской деятельности франчайзера и франчайзи, расположенных на данной территории.

По уровню подготовки потенциальных франчайзи предлагается выделить **стандартный, конверсионный и дочерний франчайзинг**. Если первый предполагает присоединение к сети в качестве франчайзи, в основном, начинающих предпринимателей, специально для этого создающих свои предприятия, то второй – успешно осуществляющих предпринимательскую деятельность в течении нескольких лет, а третий – опытных, крупных, известных предпринимателей.

По мнению автора, следует согласиться с использованием многими исследователями в качестве основания для классификации видов франчайзинга территориального охвата франчайзинговой сети, на основании которого выделяются **региональный, национальный и международный франчайзинг** [1].

Следует отметить, что в ряде классификаций франчайзинга в зависимости от функций, реализуемых франчайзером и франчайзи во франчайзинговой сети, выделяются «свободная франшиза», «бизнес в аренду» и франчайзинговый контракт на менеджмент [7]. При этом в рамках данных вариантов взаимодействия их участники не реализуют ключевые функции участников франчайзинговых взаимоотношений. Поэтому данное основание для классификации видов франчайзинга представляется автору не совсем корректным.

Как представляется автору, предлагаемая классификация современных видов франчайзинга отражает все разнообразные схемы организации взаимодействия франчайзеров и франчайзи, позволяет более глубоко анализировать современные проблемы развития данного социально-экономического феномена и на этой основе разрабатывать меры по их решению, предоставляет возможность как потенциальному франчайзеру, так и потенциальному франчайзи подобрать оптимальный для него вид взаимодействия.

Список литературы

1. *Алексеев И.В., Рибокене Е.В.* Основы функционирования и роль в экономике России международных франчайзинговых сетей // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2014. – № 4. – С. 82–85.
2. *Грисько Е.С.* Тенденции и проблемы развития франчайзинга в России // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2018. – № 2. – С. 16–21.
3. *Елфимов В.* Новые условия для франчайзинга в России // Современная торговля. – 2013. – № 3. – С. 12–19.
4. *Иншакова Е.И.* Иностранные франчайзинговые сети в России: масштабы функционирования и роль в экономике / Е.И. Иншакова, И.В. Кудряшова, Ю.В. Полякова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2014. – № 1. – С. 99–110.
5. *Рязанов А.А., Сыроватко И.В.* Факторы, влияющие на развитие франчайзинга: теоретический подход // Транспортное дело России. – 2015. – № 1. – С. 150–153.
6. *Семичева В.О.* Франчайзинг как перспективный вид бизнеса // Символ науки. – 2016. – № 3. – С. 153–158.
7. *Соловова Л.А.* Свободный франчайзинг как альтернатива классическому франчайзингу. // Модернизация. Инновации. Развитие. – 2016. – Т. 7. – № 4. – С. 71–74.
8. *Холин Е.С.* Франчайзинг: концепция формирования системы, тенденции развития в условиях кризиса // Российское предпринимательство. – 2015. – Т. 16. – № 11. – С. 1657–1670.

References

1. *Alexeev I.V., Ribogene E.V.* Basis of the functioning and role in economy of Russia international franchise networks // Bulletin of the Moscow University named after S. Yu. Witte. Series 1: Economics and management. – 2014. – № 4. – P. 82–85.
2. *Gresko E.S.* Trends and problems of franchising development in Russia // Bulletin of the Siberian Institute of business and information technologies. – 2018. – № 2. – P. 16–21.
3. *Elfimov V.* New conditions for franchising in Russia // Modern trade. – 2013. – № 3. – С. 12–19.
4. *Inshakova E.I.* Foreign franchise networks in Russia: the scale of functioning and role in the economy / E.I. Inshakova, I.V. Kudryashova, Yu.V. Polyakova // Bulletin of Volgograd state University. Series 3: Economics. Ecology. – 2014. – № 1. – P. 99–110.
5. *Ryazanov A.A., Syrovatko I.V.* Factors influencing the development of franchising: theoretical approach // Transport business of Russia. – 2015. – № 1. – P. 150–153.
6. *Russia O.V.* Franchising as a new promising business // Symbol of science. – 2016. – № 3. – P. 153–158.
7. *Solovova L.A.* Free franchising as an alternative to classical franchising // Modernization. Innovations. Development. – 2016. – Vol. 7. – № 4. – P. 71–74.
8. *Holin E.S.* Franchising: the concept of formation of the system, development trends in crisis // Russian business. – 2015. – Vol. 16. – № 11. – S. 1657–1670.

АЛГОРИТМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОДУКТА В РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Бурыкин Евгений Сергеевич,

канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга,

e-mail: burrykin@rambler.ru,

Московский университет им. С.Ю. Витте, г. Москва

Конкурентное преимущество – это система, обладающая какой-либо эксклюзивной ценностью, дающей ей превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сферах деятельности, возможность более эффективно распоряжаться имеющимися ресурсами. Формирование и достижение устойчивого конкурентного преимущества продукта является приоритетной задачей для любой компании из любой отрасли и любой сферы деятельности. Оно обеспечивает стабильность, возможность роста, создаёт барьеры для входа на рынок новых игроков и, позволяет в итоге получать предприятию более высокую прибыль с продажи своих товаров. А его использование в рекламном обращении и в маркетинговых коммуникациях способствует более долгосрочному позиционированию продукта в своем рыночном сегменте и в четком закреплении образа продукта в сознании целевой аудитории. В рамках жесткой рыночной конкуренции демонстрация целевым потребителям преимуществ компании и продукта, а также выгод, которые они получают в результате, становится одним из основных способов продвижения бизнеса и работы на перспективу. Это достаточно простой вариант позиционирования марочного имени, который не требует больших финансовых вложений, но при этом является эффективным инструментом для ведения конкурентной борьбы. В данной статье рассмотрены уровни продукта, такие как функциональное предназначение, свойства и дополнительные преимущества, бренд-имидж. Соответствующие каждому из них виды конкуренции, такие как видовая, предметная, степень известности марки и репутации продукта; а также конкурентных преимуществ, таких как видовое, рациональное, эмоциональное. На основе использования которых, составлен алгоритм разработки рационального конкурентного преимущества, а также даны рекомендации и приведены примеры его применения в процессе создания рекламного обращения.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, виды конкуренции, продукт, уровни продукта, реклама, рекламное обращение, рекламные коммуникации

ALGORITHM OF USING COMPETITIVE ADVANTAGES OF A PRODUCT IN ADVERTISING COMMUNICATIONS

Burykin E.S.,

candidate of economic sciences,

Associated Professor in the department of management and marketing,

e-mail: burrykin@rambler.ru,

Moscow Witte University, Moscow

Competitive advantage is a system that has an exclusive value, giving it superiority over competitors in the economic, technical and organizational fields, and an opportunity to manage available resources more effectively. The formation and achievement of a sustainable competitive advantage of the product is a priority for any company from any industry and any field of activity. It provides stability, growth opportunities, creates barriers to entry of new players and, as a result, allows the company to receive higher profits from the sale of its products. And its use in advertising and marketing communications contributes to a longer-term positioning of the product in its market segment and in a clear consolidation of the image of the product in the minds of the target audience. In

the framework of tough market competition, demonstration of the company and product advantages to the target consumers, as well as the benefits they will receive, becomes one of the essential means to promote business and work for the future. This is a fairly simple version of brand name positioning, that does not require large financial investments, but it is an effective tool for competing in a market. This article reveals product levels (i.e. functional purpose, properties and additional advantages, brand image) as well as the corresponding types of competition (types and subject of competition, the degree of brand awareness and reputation of the product) and competitive advantages (specific, rational, emotional). The article presents an algorithm for developing a rational competitive advantage, and provides recommendations and examples of its use in the process of making an advertising appeal.

Keywords: competitive advantage, types of competition, product, product levels, advertising, advertising appeal, advertising communications

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-94-100

Введение

Основным итогом системы управления рыночными возможностями компании являются конкурентные преимущества [2]. Подобно тому, как не существует компании без потребности в ее продуктах, так не существует рыночных возможностей без конкурентных преимуществ. Они делают компанию узнаваемой на рынке, защищают от воздействий конкурентных сил.

Конкурентные преимущества – это те характеристики, свойства товара или марки, которые создают для фирмы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. Эти характеристики (атрибуты) могут быть самыми различными и относиться как к самому товару (базовой услуге), так и к дополнительным услугам, сопровождающим базовую, к формам производства, сбыта или продаж, специфичным для фирмы или товара. Указанное превосходство является относительным, определяемым по сравнению с конкурентом, занимающим наилучшую позицию на рынке или в сегменте рынка [7].

Устойчивое конкурентное преимущество – это долгосрочная выгода от осуществления уникальной стратегии, направленной на создание ценности, которая в то же время не применяется ни существующими, ни потенциальными конкурентами и выгоды, от использования которой не могут быть скопированы [3]. Формирование и достижение устойчивого конкурентного преимущества продукта является приоритетной задачей для любой компании из любой отрасли и любой сферы деятельности. Оно обеспечивает стабильность, возможность роста, создаёт барьеры для входа на рынок новых игроков и, позволяет в итоге получать предприятию более высокую прибыль с продажи своих товаров. А его использование в рекламном обращении и в маркетинговых коммуникациях способствует более долгосрочному позиционированию продукта в своем рыночном сегменте и в четком закреплении образа продукта в сознании целевой аудитории. В рамках жесткой рыночной конкуренции демонстрация целевым потребителям преимуществ компании и продукта, а также выгод, которые они получают в результате, становится одним из основных способов продвижения бизнеса и работы на перспективу. Это достаточно простой вариант позиционирования марочного имени, который не требует финансовых вложений, но при этом является эффективным инструментом для ведения конкурентной борьбы [6].

Анализ предпосылок разработки алгоритма использования конкурентных преимуществ продукта в рекламных коммуникациях

Основной задачей исследования является формирование алгоритма разработки рационального конкурентного преимущества, а также предложение рекомендаций и примеров его использования в процессе создания рекламного обращения.

Методы исследования. При подготовке статьи использовались методы вторичных исследований: проводился анализ научных статей и монографий, официальной статистики, публицистических материалов.

Понятие устойчивого конкурентного преимущества было подробно изучено и рассмотрено Майклом Портером. Он считал, что продукт обладает конкурентным преимуществом в том случае, когда имеет такие отличительные черты, которые позволяют получать от продажи товара или услуги более высокую норму прибыли, чем в среднем по рынку [8].

Продукт (товар или услугу) можно представить в виде трех уровней:

- 1) уровень функционального предназначения продукта;
- 2) уровень свойств и дополнительных преимуществ;
- 3) уровень бренда (имиджа) [1, с. 124].

Рассмотрим каждый из этих уровней более подробно:

1-й уровень – это ядро, функциональное предназначения продукта, то, что отличает его от ближайших конкурентов. Например, функциональное предназначение продукта (услуги) «междугородные автобусные перевозки» – это перевозка людей между городами, продукта (товара) «телевизор» – предоставление возможности просмотра телепередач;

2-й уровень – это уровень свойств и дополнительных преимуществ. При этом свойства можно разделить на физические (масса, габаритные размеры, качество материалов и т.д.), функциональные (связаны с использованием продукта) и эстетические (форма, дизайн). 2-й уровень товара «телевизор» – это физические свойства: диагональ, габаритные размеры, масса; функциональные – качество картинки, наличие функции будильника, функции «sleep» и т.д.; эстетические – дизайн телевизора. Что касается услуги, то под свойствами услуги подразумеваются свойства атрибутов, связанных с ее предоставлением. 2-й уровень продукта «междугородные автобусные перевозки» – это характеристики автобусов (физические свойства), качество обслуживания в автобусах, расписание рейсов, пунктуальность рейсов (функциональные) и внешний вид автобусов (эстетические);

3-й уровень – это уровень известности бренда (имиджа). Бренд – это совокупность представлений целевой группы о торговой марке. Например, известность бренда телевизора «SONY» гораздо больше, чем у бренда «RUBIN»^{1, 2}.

Каждому уровню трехуровневой модели продукта соответствует определенный вид конкуренции.

По первому уровню функционального предназначения продукты ведут видовую конкуренцию – с продуктами, удовлетворяющими ту же самую потребность, но другим способом. Например, видовой конкурент телевизора – смартфон или ноутбук, позволяющие смотреть телевизионные передачи через Интернет. Видовой конкурент междугородних автобусных перевозок – железнодорожные перевозки.

По второму уровню свойств продукты ведут предметную конкуренцию – с аналогичными продуктами по свойствам. Например, телевизоры конкурируют по величине диагонали, качеству картинки, величине кривизны экрана и т.д. Компании, предоставляющие услугу междугородних автобусных перевозок – по удобству расписания, комфорту автобусов и т.д.

По третьему уровню продукты конкурируют по бренду – степени известности марки и репутации продукта.

Для того, чтобы продукт успешно конкурировал по каждому уровню модели конкуренции, ему необходимо соответствующее конкурентное преимущество:

- видовая конкуренция – видовое конкурентное преимущество;
- предметная конкуренция – рациональное конкурентное преимущество;
- конкуренция по бренду – эмоциональное конкурентное преимущество.

Видовое конкурентное преимущество – это базовое свойство продукта (несущее базовый функционал), которое в выгодную сторону отличается от базового свойства продукта-заменителя.

Рациональное конкурентное преимущество (USP – unique selling proposition, пер. с англ. «уникальное торговое предложение») – это свойство продукта, которое обязательно должно отвечать двум требованиям:

¹ Телевизоры и домашние кинотеатры «SONY» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sony.ru/electronics/sistemi-domashnih-gazvlechenii> (дата обращения 12.01.19).

² Телевизоры «RUBIN» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rubin-tv.ru/products/tv/> (дата обращения 12.01.19).

- быть уникальным;
- быть важным для потребителя.

Очень часто в рекламе используются конкурентные преимущества, отвечающие только требованию уникальности [4]. Но не любое уникальное свойство может быть конкурентным преимуществом. Например, мебельная фабрика может заявить в рекламе, что ее мебель собрана на болтах с левой резьбой. Однако, этот фактор абсолютно не важен для потребителя, вследствие чего теряется актуальность его уникальности.

Эмоциональное конкурентное преимущество (ESP – Emotional selling proposition, пер. с англ. «уникальное эмоциональное предложение») – это уникальная ассоциативная сеть, которая должна отвечать двум требованиям:

- быть уникальной;
- быть важной для потребителя.

Ассоциативная сеть – это сеть ассоциаций, символов, которая возникает в сознании потребителя при упоминании торговой марки [5]. Создается подобная сеть с помощью мероприятий брендинга и, в первую очередь, с помощью рекламы. Например, именно реклама сформировала такие символы, которые ассоциируются у потребителей с шоколадом «Bounty» – кокос, пальма, солнце, море, пляж. Построение ассоциативной сети очень важно, поскольку эта сеть влияет как на запоминаемость торговой марки, так и на положительное отношение потребителя к продукту.

Как правило, продукт или компания ведут конкуренцию по одному из уровней модели конкуренции, а, следовательно, должны использовать в рекламе один из видов конкурентного преимущества [8]. Однако, компания может использовать и оба конкурентных преимущества: USP и ESP. В этом случае ESP с помощью образов и символов должно обязательно подчеркивать USP. Эти конкурентные преимущества должны сообщать потребителю родственную информацию. Например, если USP мобильного телефона его размер – самый маленький телефон в сегменте, то символом ESP может быть птичка колибри – одна из самых маленьких птиц в природе.

Далее рассмотрим **алгоритм разработки рационального конкурентного преимущества (USP)** с целью использования его в рекламе, который состоит из следующих этапов:

- 1) необходимо перебрать все физические и функциональные свойства продукта на предмет соответствия требованиям к USP;
- 2) если таких свойств нет, необходимо проанализировать, возможно ли модифицировать продукт таким образом, чтобы добавить в него уникальное и важное свойство;
- 3) если такое свойство добавить невозможно, то можно использовать следующий прием – отыскать в продукте неуникальное, но важное для потребителя физическое или функциональное свойство, о наличии которого потребитель не осведомлен и заявить о нем в рекламе;
- 4) следующий прием, который можно использовать для разработки USP, это представление в его качестве результата использования продукта;
- 5) в отраслях с интенсивной конкуренцией, когда продукты очень похожи и имеют мало отличительных свойств, можно использовать создание квазидифференциатора.

Рекомендации и примеры использования алгоритма разработки рационального конкурентного преимущества в процессе создания рекламного обращения.

Необходимо перебрать все физические и функциональные свойства продукта на предмет соответствия требованиям к USP – важности и уникальности.

Самым понятным примером являются всем известные драже «M&M's». Они вышли на рынок и плотно закрепились на нем, благодаря уникальной на тот момент форме выпуска продукции – шоколад в виде глазированных драже. Драже покупают гораздо реже, нежели шоколад – однако их можно есть в любом месте, не пачкая руки. А шоколадные изделия очень востребованы, однако многочисленная продукция имеет один существенный минус – она тает от тепла рук и пачкается. Соединив эти две категории, компания выпустила на рынок инновацию – вкусный шоколад, который не доставит «тек-

стильных» неудобств. Это и есть УТП – видимое превосходство товара над остальными в категории шоколадных изделий.

Как свидетельствует практика, зачастую обнаружить такие свойства не удастся. Тогда необходимо проанализировать, возможно ли модифицировать продукт таким образом, чтобы добавить в него уникальное и важное свойство.

Если такое свойство добавить невозможно, то можно использовать следующий приём – отыскать в продукте не уникальное, но важное для потребителя физическое или функциональное свойство, о наличии которого потребитель не осведомлен и заявить о нем в рекламе. Поскольку об этом свойстве потребитель не осведомлен, то он будет воспринимать его, как уникальное, по сравнению с конкурентами.

Например, такое конкурентное преимущество использовала в своей рекламе компания «Johnson & Johnson» при продвижении линейки средств для ухода за кожей головы и тела. В рекламе было заявлено, что средства компании «Johnson & Johnson» имеют уровень кислотности pH равный 5.5. На самом деле подавляющее большинство средств для ухода за кожей головы и тела имеют уровень кислотности близкий или соответствующий значению 5.5. Однако, основная часть потребителей об этом была не осведомлена. В результате, это не уникальное, но важное для потребителя свойство воспринималось как уникальное. Аналогичный прием использовал производитель подсолнечного масла марки «Злато», заявив, что масло не содержит холестерина³. В действительности, любое растительное и, в том числе подсолнечное, масло не содержит холестерина. Ещё выпускалось масло «Олейна» витаминное, на котором было написано, что в нём есть витамин F. Притом, что этот витамин – это смесь кислот линолевой, линоленовой и арахидоновой, которые и так входят в состав растительного масла независимо от того, есть там надпись «витаминное» или нет⁴.

Следующий прием, который можно использовать для разработки USP, это представление в его качестве результата использования продукта. В качестве примера рассмотрим электрическую дрель Makita⁵. Дрели этой марки не обладают уникальными свойствами. В частности, время работы дрели от аккумулятора (без подзарядки) уступает времени работы дрелей конкурентов. Однако, производитель перевёл это свойство (время работы дрели без подзарядки аккумулятора) в результат: 20000 отверстий без подзарядки аккумулятора. В этом случае потребителю становится не с чем сравнивать это свойство, поскольку остальные производители представляют стандартные единицы измерения свойств. Потребитель начинает воспринимать это свойство, как уникальное. В случае, когда свойство имеет и высокую степень важности – оно может стать сильным рациональным конкурентным преимуществом, которое можно использовать в рекламе.

Второй пример: использование в качестве УТП гарантии возврата средств в течение 14 дней. Согласно закону «О защите прав потребителей» покупатель и так имеет полное право вернуть продукт в течение 14 дней с момента его покупки. Поэтому, здесь идет переверивание фактов.

В отраслях с интенсивной конкуренцией, особенно это актуально на рынке товаров широкого потребления FMCG, когда продукты очень похожи и имеют мало отличительных свойств, можно использовать создание квазидифференциатора. Это искусственное конкурентное преимущество (псевдо отстройка – псевдо отличие), созданное с помощью отличия по форме и/или цвету продукта и/или упаковки. Этот прием возможно использовать только для товара, а не для услуги. Широкое распространение этот приём нашел на рынке крепкой алкогольной продукции, в том числе водочной (форма водочной бутылки), рынке канцелярских принадлежностей (форма и цвет ластиков, карандашей и прочих аксессуаров).

Если с помощью приведенных выше приемов создать USP для продукта не представляется возможным, следовательно, интенсивность конкуренции по второму уровню достигла наивысшей степени и производителю следует переключиться на следующий уровень модели конкуренции – конкуренцию по уровню бренда и разработку ESP – эмоционального торгового предложения.

³ Масло растительное «ЗЛАТО» [Электронный ресурс]. URL: http://www.goldenseed.ru/catalog-productions/catalog-productions_2.html (дата обращения 12.01.19).

⁴ Компания «Олейна» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oleina.ru/> (дата обращения 12.01.19).

⁵ Компания «Makita» [Электронный ресурс]. URL: <http://makita.ru/> (дата обращения 12.01.19).

Заключение

В данной статье рассмотрены уровни продукта, соответствующие каждому из них виды конкуренции и конкурентных преимуществ. На основе использования которых, составлен алгоритм разработки рационального конкурентного преимущества, а также даны рекомендации и приведены примеры его использования в процессе создания рекламного обращения.

Данный алгоритм разработки рационального конкурентного преимущества (USP) для его дальнейшего использования в рекламе включает следующие этапы: 1) необходимо перебрать все физические и функциональные свойства продукта на предмет соответствия требованиям к USP – важности и уникальности; 2) если таких свойств нет, необходимо проанализировать возможно ли модифицировать продукт таким образом, чтобы добавить в него уникальное и важное свойство; 3) если такое свойство добавить невозможно, то возможно использовать следующий приём – отыскать в продукте не уникальное, но важное для потребителя физическое или функциональное свойство, о наличии которого потребитель не осведомлен и заявить о нём в рекламе; 4) следующий прием, который возможно использовать для разработки USP, это представление в его качестве результата использования продукта; 5) в отраслях с интенсивной конкуренцией, когда продукты очень похожи и имеют мало отличительных свойств, возможно использовать создание квазидифференциатора.

Предложенный алгоритм позволит компаниям формировать новые конкурентные преимущества своей продукции для дальнейшего их использования в маркетинговых и, в том числе, рекламных коммуникациях, достигая их большей эффективности, так как формирование и достижение устойчивого конкурентного преимущества продукта является приоритетной задачей для любой компании из любой отрасли и любой сферы деятельности. Оно обеспечивает стабильность, возможность роста, создаёт барьеры для входа на рынок новых игроков и, позволяет в итоге получать предприятию более высокую прибыль с продажи своих товаров. А его использование в рекламном обращении и в маркетинговых коммуникациях способствует более долгосрочному позиционированию продукта в своем рыночном сегменте и в четком закреплении в сознании целевой аудитории.

Список литературы

1. *Аверин А.В.* Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А.В. Аверин, М.В. Балашова / отв. ред. Кондратенко Н.М. 3-е изд., пер. и доп. – М.: Юрайт, 2015. – 408 с.
2. *Барт Т.В.* Взаимосвязь менеджмента качества и менеджмента знаний // Проблемы устойчивого развития российских регионов: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / ответственный редактор Л.Н. Руднева. – 2014. – С. 324–326.
3. *Барт Т.В., Сапунов П.А.* К вопросу о мотивации инновационной активности научно-технического производства // Развитие промышленного потенциала в условиях импортозамещения: технологии менеджмента и маркетинга: материалы международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 356–365.
4. *Зуева И.А.* Развитие систем управленческого учета в торговой деятельности и их особенности в сфере розничной торговли: монография / И.А. Зуева, В.В. Гребеник, Е.В. Иванова, А.С. Жидков. – М.: МУ им. С.Ю. Витте, 2017. – 157 с.
5. *Костромина Е.А.* Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций: социолингвистический аспект. – М.: Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 92 с.
6. *Мушкетова Н.С.* Методика экспертной оценки эффективности позиционирования торговой марки / Н.С. Мушкетова, И.В. Остаали // Вестник Евразийской академии административных наук. – 2012. – № 3.
7. *Новикова В.С.* Использование современных форм прямого маркетинга в качестве основы развития промышленного потенциала предприятий / Развитие промышленного потенциала в условиях импортозамещения: технологии менеджмента и маркетинга: материалы международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 503–507.
8. *Портер М.* Международная конкуренция. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 51 с.

References

1. *Averin A.V.* Marketing: trans. and add. textbook and workshop for applied bachelor / A.V. Averin, M.V. Balashova / Ed. ed. Kondratenko N.M. 3 rd ed. – M.: Yurait Publishing House, 2015. – 408 p.
2. *Bart T.V.* The relationship of quality management and knowledge management // In the collection: Problems of development of Russian regions Materials of the All-Russian scientific-practical conference with the participation of RS. executive editor L.N. Rudneva. – 2014. – p. 324–326.
3. *Bart T.V., Sapunov P.A.* On the issue of motivation of innovative activity of scientific and technical production // In the collection: Development of industrial cooperation in terms of import substitution: management and marketing technologies materials of the international scientific-practical conference. – 2017. – p. 356–365.
4. *Zueva I.A.* The development of management accounting systems in the field of trade and their features in the retail sector: monograph / I.A. Zueva, V.V. Grebenik, E.V. Ivanova, A.S. Zhidkov. – M.: MU them. S.Yu. Witte, 2017. – 157 p.
5. *Kostromina E.A.* The study of advertising as a means of mass communication: the sociolinguistic aspect. – M.: Berlin: Direct Media, 2014. – 92 p.
6. *Mushketova N.S.* Methodology of expert assessment of brand positioning efficiency / N.S. Mushketova, I.V. Ostaali // Bulletin of the Eurasian Academy of Administrative Sciences. – 2012. – № 3.
7. *Novikova V.S.* The use of modern commercial enterprises / Development of industrial cooperation in terms of import substitution: management and marketing technologies: materials of the international scientific-practical conference. – 2017. – p. 503–507.
8. *Porter M.* International Competition. – M.: Intern. relationship, 1993. – p. 51.

УДК 331.5.024.5

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Шибаршина Ольга Юрьевна,

канд. соц. наук, заместитель заведующего кафедрой бизнеса и управления,

e-mail: oshibarshina@mail.ru,

Московский университет имени С.Ю. Витте, филиал в г. Рязани

Цель статьи заключается в исследовании и анализе основных проблем трудоустройства молодежи в Российской Федерации. Определены основные категории молодых специалистов и их характеристики, имеющие значение при выходе на рынок труда. Определены причины молодежной безработицы, которые обусловлены не только социально-экономическим положением страны, но и деформацией в ценностных ориентациях молодежи, в ее психологической неготовности и неправильной мотивации к трудовой деятельности. Авторами обосновывается вывод о том, что решение многочисленных проблем адаптации современной молодежи на рынке труда возможно при использовании комплексного подхода, когда в этот процесс будут включены все заинтересованные стороны: работодатели, государство, образовательные учреждения, молодежь. Определено, что большое значение в профессиональном становлении данной категории имеют образовательные инициативы и программы. Государство, оставаясь главным субъектом реализации политики содействия занятости молодежи, ориентировано в перспективе на создание комплексного экономико-правового механизма, способствующего нивелированию негативных тенденций на молодежном рынке труда.

Ключевые слова: рынок труда, экономика, молодежь, профессиональная адаптация, трудовая мотивация, профессиональная ориентация, занятость, самоопределение

MODERN PROBLEMS OF RUSSIAN YOUNG EMPLOYMENT

Shibarshina O.Y.,

candidate of sociological sciences, deputy head of the department of business and management,

e-mail: oshibarshina@mail.ru,

Ryazan branch of the Moscow Witte University, Ryazan

The purpose of the article is to study and analyze the main problems of youth employment in the Russian Federation. The main categories of young professionals and their characteristics that are important when entering the labor market are defined. The causes of youth unemployment, which are due not only to the socio-economic situation of the country, but also the deformation in the value orientations of young people, in its psychological unpreparedness and improper motivation for work. The authors substantiate the conclusion that the solution of numerous problems of adaptation of modern youth in the labor market is possible with the use of an integrated approach, when this process will include all stakeholders: employers, the state, educational institutions, youth. It is determined that educational initiatives and programs are of great importance in the professional development of this category. The state remaining the main subject of the implementation of policies for the promotion of youth employment, focused in the future on the creation of an integrated economic-legal mechanism to facilitate leveling of negative trends in the youth labor market.

Keywords: labor market, economy, youth, professional adaptation, labor motivation, professional orientation, employment, self-determination

DOI 10.21777/2587-554X-2019-2-101-105

Введение

Современный рынок труда достаточно обширен и может представить большое количество разнообразных профессий, но в то же время люди, а особенно молодежь поставлены в достаточно жесткие рамки, так как современная ситуация развития в нашей стране диктует свои условия.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что молодежь определяет наше будущее, и от ее стартовых возможностей зависит интеллектуальный потенциал страны.

Огромное значение имеет правильно или нет сделан профессиональный выбор молодым человеком вчерашним выпускником школы, суза или вуза, так как не всегда сразу и правильно каждый человек может самоопределился, какой вид деятельности ему интересен.

Методологические подходы к анализу проблем молодежи на рынке труда

На российском рынке труда сформировалось следующее противоречие: с одной стороны есть профессионально обученные специалисты, желающие найти работу и реализовать свой интеллектуальный потенциал, с другой стороны – невостребованность их работодателями, и, как следствие, возникновение безработицы [8].

Особенно остро проблема трудоустройства стоит для молодежи, которая является одной из маловостребованных групп на рынке труда в силу разных причин.

В соответствии с методологией Росстата к молодежной категории населения относятся лица в возрасте от 16 до 29 лет.

Условно можно выделить три группы молодежи, для каждой из которых характерны свои мотивы трудоустройства и проблемы адаптации на рынке труда [2]:

1. Молодежь 16–18 лет (учащиеся школ или первых курсов профессиональных образовательных учреждений). Многие представители данной категории стремятся к получению работы, как правило, временной (краткосрочной), или к получению работы с сокращенным и удобным для них графиком.

Как правило, представители этой группы не имеют высоких притязаний и требований к рабочему месту. Они стремятся устроиться на должности, не требующие особой квалификации и согласны на невысокий заработок. Основные проблемы в этом сегменте возникают с тем, что многие работодатели не расположены брать на работу несовершеннолетних на неполный рабочий день, а также нести за них ответственность [7].

2. Молодежь 18–23(24) лет. Это студенты и молодые люди, завершающие или завершившие свою профессиональную подготовку. Данная категория претендует на работу по полученной в учебном заведении специальности, но пока не имеет достаточно навыков и профессионального опыта, и в силу этого менее конкурентоспособна. Многие представители этой группы ищут свое «первое рабочее место». Именно они испытывают наибольшие трудности с трудоустройством. В целом это самый проблемный сегмент рынка молодежного труда.

3. Молодежь 24–29 лет. Молодые люди, в основном, имеют определенную квалификацию, некоторый жизненный и профессиональный опыт, но недостаточно большой. Они знают, что им интересно, зачастую имеют семью, и поэтому имеют высокие требования и амбиции к желаемой работе, что так же делает их конкурентоспособными на рынке труда, по сравнению с более опытными работниками.

Сегодня большая часть молодежи психологически не готова к складывающейся в российской экономике ситуации. Это связано с тем, что в поисках работы юноши и девушки хотят получить сразу все. Интернет и средства массовой информации формируют у молодежи иллюзию возможности легкого получения благ – минуса общественно-значимую деятельность [4].

Исследования показали, что причины молодежной безработицы лежат не только в социально-экономическом положении страны, но и в деформации в ценностных ориентациях молодежи, в ее психологической неготовности и неправильной мотивации к трудовой деятельности. Анкетирование студентов рязанских вузов показало отсутствие у большинства из опрошенных мотивов, стимулирующих их к творческой активности и инициативности, к самоутверждению в труде.

**Пути нивелирования негативных тенденций на молодежном рынке труда:
социально-психологический, экономический, нормативно-правовой аспекты**

Решение многочисленных проблем адаптации современной молодежи на рынке труда возможно только при комплексном подходе, когда в этот процесс будут включены все заинтересованные стороны: работодатели, государство, образовательные учреждения, но, в первую очередь, сама молодежь [6].

На основе проведенных исследований разработан комплекс рекомендаций по совершенствованию процесса адаптации молодежи на рынке труда.

Молодежи, вступающей на рынок труда, можно рекомендовать:

- не завышать свои требования и претендовать на престижные профессии, не рассматривая при этом другие, которые могут дать хорошие стартовые возможности;
- следует начинать трудовую деятельность уже на 3–4 курсе учебы в вузе, чтобы к моменту выпуска из образовательного учреждения иметь опыт работы, что так же поможет избавиться от завышенных ожиданий;
- работать официально. Зачастую молодые люди не имеют доказательств своего опыта трудовой деятельности, потому что работали, не трудоустроившись официально;
- четко представлять реальные потребности рынка труда конкретного региона;
- иметь активную позицию при трудоустройстве. Молодые люди зачастую не имеют активной позиции в поиске работы, а, соответственно, не используют многие из существующих возможностей.

Важную роль в формировании у молодежи трудовой мотивации и их профессиональной ориентации играют учебные заведения.

Молодой специалист, даже с отличием закончивший вуз, на первоначальном этапе вступления в трудовую деятельность, как показывает практика, испытывает множество проблем в процессе адаптации полученных знания к предстоящей трудовой деятельности [3]. Максимальному облегчению вступления в профессию студентов юридических специальностей является создание обучающих программ, с которыми специалисты могут работать самостоятельно. Создание компьютерных обучающих программ предоставляет оптимальные возможности для создания новых, индивидуальных технологии обучения, в основу которых положен принцип использования компьютера как средства управления процессом обучения каждого будущего специалиста.

Возможности компьютера в качестве средства индивидуализации процесса обучения в настоящее время мало реализованы. При индивидуальном обучении в максимальной степени должны учитываются особенности каждого учащегося.

Поэтому можно отметить, что звеньями одной цепи, а именно цепи процесса обучения являются контроль, диагностика и коррекция учебной работы студентов. Они, безусловно, важны все, но центральным звеном здесь является диагностика. Диагностику причин ошибок и затруднений студентов и диагностику их развития в ходе обучения, необходимо осуществлять в рамках исследований профессионально-личностного развития будущих специалистов. Поэтому в обучающих программах, с помощью которых будущие специалисты будут адаптировать полученные теоретические знания к своей будущей практической деятельности как на первоначальном этапе до работы и впоследствии на протяжении работы студентов с программой обучения. В ходе этой адаптации необходимо проводить анализ личностного развития каждого обучающегося, который должен стать определяющим в написании индивидуальной характеристики для каждого будущего специалиста, вследствие изучения которого специалистам необходимо давать рекомендации по оптимальному пути получения знаний, а результаты анализировать.

Безусловно, со стороны образовательных учреждений среднего и высшего звена необходимо больше внимания уделять организации и проведению производственной практики, укреплять связи с работодателями, более оперативно реагировать на изменения требований современной экономики. Необходимо стимулировать обучающихся к участию в различных конкурсах профессионального мастерства (WORLD SCILLS и др.).

Так, высшее образование в качестве основной цели имеет подготовку будущих специалистов, которые будут реализовывать себя в экономике страны. Но равно как меняется структура экономики,

трансформируются требования к профессиональным компетенциям и должна меняться система и содержание профессионального образования. На сегодняшний день в высшем образовании активно реализуется компетентностный подход, где формируемые профессиональные компетенции понимаются, как способность успешно действовать, решать профессиональные задачи и достигать профессиональных целей благодаря приобретенным профессионально ценным знаниям, сформированным умениям и практическому опыту. В отличие от «знаниевого подхода», здесь большее внимание уделяется практической составляющей и формированию способности действовать самостоятельно и ответственно. В соответствии с современными тенденциями развития общества и технологий, выпускник вуза должен быть готов к постоянному повышению своего профессионального уровня, к самообразованию, приобретению новых дополнительных компетенций [5]. Выпускник вуза должен уметь ориентироваться и решать проблемы познавательного, коммуникативного, морального, организационного и познавательного ряда.

В нашей стране нормативно определено, какими компетенциями должен владеть студент, обучающийся на той или иной специальности. В образовательном стандарте содержится перечень трех основных групп компетенций: общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных. И как мы видим, эти компетенции касаются не только профессии, но и личностного потенциала.

Процесс формирования компетенций является комплексным и включает практически все компоненты образовательной программы вуза.

Активную позицию в решении проблем трудоустройства молодежи должно занимать государство [1]. Одним из последних шагов в этом направлении стало изменение Министерством науки и высшего образования РФ требований к целевому обучению. Новые правила отражены в Федеральном Законе № 337, который вступил в силу уже 1 января 2019 г¹. Изменения в законопроект были внесены, чтобы более эффективно удовлетворять потребности экономики в квалифицированных кадрах, имеющих среднее профессиональное и высшее образование.

В соответствии с новыми требованиями договор о целевом обучении теперь можно заключить не только с органами государственного и муниципального управления или государственными предприятиями, но и с коммерческими предприятиями и даже с индивидуальными предпринимателями. При этом усилена ответственность работодателя за нетрудоустройство гражданина: в случае неисполнения им обязательств по трудоустройству гражданина он выплачивает ему компенсацию в размере трехкратной среднемесячной начисленной заработной платы в соответствующем субъекте РФ, на территории которого он должен был быть трудоустроен, на дату отчисления его из вуза или колледжа в связи с получением образования (завершением обучения).

С 2019 г. государство планирует регулировать количество так называемых «целевиков», поступающих на бюджетные места в вузы, специальными квотами. Рассчитываться эти квоты будут сообразно потребностям экономики страны по тем или иным направлениям подготовки специалистов.

Заключение

Автор приходит к выводу, что проблемы молодежной занятости обусловлены разнообразными причинами, обусловленными социально-психологическими, экономическими, нормативно-правовыми факторами. Поскольку молодежный контингент крайне неоднороден по возрасту, образовательному и профессиональному уровню, каждый нуждается в построении индивидуальной траектории решения проблемы занятости.

На основании проведенного анализа обосновывается вывод о том, что решение многочисленных проблем адаптации современной молодежи на рынке труда возможно при использовании комплексного подхода. В его рамках синтезируются усилия четырех сторон: государства – в виде эффективной политики содействия занятости, образовательных учреждений – реализация принципа практикоориентированного подхода в обучении, работодателей – снятие барьеров по опыту работы при найме сотрудников, самой молодежи – реализация принципа непрерывного образования, мотивированного саморазвития.

¹ Федеральный закон от 3 августа 2018 г. № 337-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования целевого обучения».

Список литературы

1. *Агаркова Д.А.* Государственное регулирование занятости и трудоустройства молодёжи в российской федерации / Д.А. Агаркова, М.С. Комарова, Е.В. Матвеева // Среднерусский вестник общественных наук. – 2016. – Т. 11. – № 1. – С. 84–91.
2. *Кострова Ю.Б.* К вопросу о трудоустройстве выпускников образовательных организаций в Рязанской области // Актуальные вопросы экономики, права и образования в XXI в.: материалы III международной научно-практической конференции. – М.: МУ им. С.Ю. Витте, – 2017. – С. 325–329.
3. *Орлова В.В.* Специфика и особенности молодёжного рынка труда: мотивация трудоустройства молодёжи // European Social Science Journal. – 2014. – № 8-1 (47). – С. 522–535.
4. *Романова Ю.А., Алёшинская Е.В.* Роль государства в создании ценности рабочей силы и человеческого капитала // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление. – 2015. – № 1 (12). – С. 80–85.
5. *Суптело Н.П.* Влияние мобильности на трудовую адаптацию работников // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление. – 2015. – № 3 (14). – С. 93–97.
6. *Туарменский В.В.* Сравнительный анализ мотивов профессионального выбора студентов государственного вуза / В.В. Туарменский, Е.С. Иванов, А.В. Барановский // Человеческий капитал. – 2017. – № 6 (102). – С. 49–51.
7. *Фадеева А.А., Янченко Е.В.* Молодёжь на российском рынке труда: проблема трудоустройства // Современные проблемы экономики и менеджмента: материалы международной научно-практической конференции. – М.: Истоки, 2018. – С. 232–236.
8. *Шибаршина О.Ю.* К вопросу о динамике показателей безработицы в России // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2019. – № 1 (35). – С. 292–298.

References

1. *Agarkova D.A.* Gosudarstvennoe regulirovanie zanyatosti i trudoustrojstva molodyozhi v rossijskoj federacii / D.A. Agarkova, M.S. Komarova, E.V. Matveeva // Srednerusskij vestnik obshchestvennyh nauk. – 2016. – T. 11. – № 1. – S. 84–91.
2. *Kostrova Yu.B.* K voprosu o trudoustrojstve vypusknikov obrazovatel'nyh organizacij v Ryazanskoj oblasti // Aktual'nye voprosy ekonomiki, prava i obrazovaniya v XXI v.: materialy III mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. – M.: MU im. S.Yu. Vitte, – 2017. – S. 325–329.
3. *Orlova V.V.* Specifika i osobennosti molodyozhnogo rynka truda: motivaciya trudoustrojstva molodyozhi // European Social Science Journal. – 2014. – № 8-1 (47). – S. 522–535.
4. *Romanova Yu.A., Alyoshinskaya E.V.* Rol' gosudarstva v sozdanii cennosti rabochej sily i chelovecheskogo kapitala // Vestnik Moskovskogo universiteta im. S.Yu. Vitte. Seriya 1. Ekonomika i upravlenie. – 2015. – № 1 (12). – S. 80–85.
5. *Suptelo N.P.* Vliyanie mobil'nosti na trudovuyu adaptaciju rabotnikov // Vestnik Moskovskogo universiteta im. S.Yu. Vitte. Seriya 1. Ekonomika i upravlenie. – 2015. – № 3 (14). – S. 93–97.
6. *Tuarmenskij V.V.* Sravnitel'nyj analiz motivov professional'nogo vybora studentov gosudarstvennogo vuza / V.V. Tuarmenskij, E.S. Ivanov, A.V. Baranovskij // Chelovecheskij kapital. – 2017. – № 6 (102). – S. 49–51.
7. *Fadeeva A.A., Yanchenko E.V.* Molodyozh' na rossijskom rynke truda: problema trudoustrojstva // Sovremennye problemy ekonomiki i menedzhmenta: materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. – M.: Istoki, 2018. – S. 232–236.
8. *Shibarshina O.Yu.* K voprosu o dinamike pokazatelej bezraboticy v Rossii // Innovacionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya. – 2019. – № 1 (35). – S. 292–298.

**Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте.
Серия 1. Экономика и управление
№ 2 (29)' 2019**

Электронный научный журнал (Электронное периодическое издание)

Редактор и корректор

Луговая С.А.

Компьютерная верстка

Савеличев М.Ю.

Электронное издание.

Подписано в тираж 04.07.2019.

Печ. л. 13,25. Усл.-печ. л. 12,32. Уч.-изд. л. 8,18.

Объем 44,07 Мб. Тираж – 500 (первый завод – 30) экз. Заказ № 19-0180.

Отпечатано в ООО «СиДи Копи»,

111024, Москва, ул. Пруд Ключики, д. 3, тел. 8 (495) 730-41-88.

Макет подготовлен в издательстве электронных научных журналов

ЧОУВО «Московский университет им. С.Ю. Витте»,

115432, Россия, Москва, 2-й Кожуховский проезд, д. 12, стр. 1,

тел. 8(495) 783-68-48, доб. 45-11.