

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ
СОЮЗ МАШИНОСТРОИТЕЛЕЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ИННОВАЦИОННЫХ
И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ
РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ

СТНО-2021

IV МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО- ТЕХНИЧЕСКИЙ ФОРУМ

Сборник трудов

Том 7

Рязань
Book Jet
2021

УДК 004 + 001.1 + 681.2+ 681.2+ 681.3+681.5
С 568

Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2021 [текст]: сб. тр. IV междунар. науч.-техн. форума: в 10 т. Т.7./ под общ. ред. О.В. Миловзорова. – Рязань: Рязан. гос. радиотехн. ун-т, 2021; Рязань. – 234 с.,: ил.

Сборник включает труды участников IV Международного научно-технического форума «Современные технологии в науке и образовании» СТНО-2021.

В сборнике освещаются вопросы математического моделирования, новых технологий в радиотехнике, телекоммуникациях, электротехнике и радиоэлектронике, вопросы полупроводниковой наноэлектроники, приборостроения, лазерной, микроволновой техники, силовой промышленной электроники, новые технологии в измерительной технике и системах, биомедицинских системах, алгоритмическое и программное обеспечение вычислительной техники, вычислительных сетей и комплексов, вопросы систем автоматизированного проектирования, обработки изображений и управления в технических системах, перспективные технологии в машиностроительном и нефтехимическом производствах, новые технологии и методики в высшем образовании, в т.ч. вопросы гуманитарной и физико-математической подготовки студентов, обучения их иностранным языкам, перспективные технологии электронного обучения, в том числе, дистанционного, вопросы экономики, управления предприятиями и персоналом, менеджмента, а также вопросы гуманитарной сферы.

Авторская позиция и стилистические особенности сохранены.

УДК 004 + 001.1 + 681.2+ 681.2+ 681.3+681.5

ISBN 978-5-7722-0301-9

© Рязанский государственный
радиотехнический университет, 2021
© Издательство «Book Jet»,
макет, 2021

ИНФОРМАЦИЯ О IV МЕЖДУНАРОДНОМ ФОРУМЕ «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ» СТНО-2021

IV Международный научно-технический форум «Современные технологии в науке и образовании» СТНО-2021 состоялся 03.03.2021-05.03.2021 в г. Рязань в Рязанском государственном радиотехническом университете имени В.Ф. Уткина.

В рамках форума «Современные технологии в науке и образовании» СТНО-2021 состоялась работа четырех Международных научно-технических конференций:

«Современные технологии в науке и образовании. Радиотехника и электроника», секции

- Радиотехнические системы и устройства;
- Телекоммуникационные системы и устройства;
- Цифровые информационные технологии реального времени;
- Промышленная силовая электроника, электроэнергетика и электроснабжение;
- Физика полупроводников, микро- и нанoeлектроника;
- Микроволновая, оптическая и квантовая электроника;
- Актуальные задачи химических технологий;

«Современные технологии в науке и образовании. Вычислительная техника и автоматизированные системы», секции

- Алгоритмическое и программное обеспечение вычислительных систем и сетей;
- ЭВМ и системы;
- Системы автоматизированного проектирования;
- Информационные системы и защита информации;
- Математические методы в научных исследованиях;
- Обработка изображений и управление в технических системах;
- Геоинформационные и космические технологии;
- Автоматизация производственно-технологических процессов в приборо- и машиностроении;

- Информационно-измерительные устройства и системы в технике и медицине.

Стандартизация и управление качеством;

- Информационные системы и технологии;

«Современные технологии в науке и образовании. Экономика и управление», секции;

- Современные технологии государственного и муниципального управления;
- Экономика, менеджмент и организация производства;
- Бухгалтерский учет, анализ и аудит;
- Управление персоналом;
- Экономическая безопасность;

«Современные технологии в науке и образовании. Новые технологии и методы в высшем образовании», секции

- Современные технологии электронного обучения;
- Иностранный язык в техническом вузе;
- Лингвистика и межкультурная коммуникация;
- Направления и формы гуманитаризации высшего образования и гуманитарная

подготовка студентов;

- Методы преподавания и организация учебного процесса в вузе;
- Физико-математическая подготовка студентов;
- Особенности военного образования на современном этапе.

Организационный комитет Форума:

Чиркин М.В., ректор, д.ф.-м.н., проф. – председатель

Гусев С.И., проректор по научной работе и инновациям, д.т.н., проф. – зам. председателя;

Бабаян П.В., проректор по учебной работе и информатизации, к.т.н., доц. – зам. председателя;

Миловзоров О.В., зам. начальника управления организации научных исследований, к.т.н, доц. – координатор;

Устинова Л.С., начальник отдела информационного обеспечения – отв. за информационную поддержку;

Трубицына С.Г., вед. инженер – секретарь оргкомитета;

Благодарова И.А., ведущий программист – секретарь оргкомитета;

члены оргкомитета:

Авилкина С.В., начальник управления по воспитательной работе, к.п.н., доц.;

Алпатов Б.А., профессор кафедры автоматики и информационных технологий в управлении, д.т.н., проф.;

Бухенский К.В., зав. кафедрой высшей математики, к.ф.-м.н., доц.;

Витязев В.В., зав. кафедрой телекоммуникаций и основ радиотехники, д.т.н., проф.;

Евдокимова Е.Н., зав. кафедрой экономики, менеджмента и организации производства, д.э.н., проф.;

Еремеев В.В., директор НИИ «Фотон», д.т.н., проф.;

Есенина Н.Е., зав. кафедрой иностранных языков, к.п.н., доц.;

Жулев В.И., зав. кафедрой информационно-измерительной и биомедицинской техники, д.т.н., проф.;

Кириллов С.Н., зав. кафедрой радиоуправления и связи, д.т.н., проф.;

Клейносова Н.П., директор центра дистанционного обучения, к.п.н., доц.;

Ключко В.К., профессор кафедры автоматики и информационных технологий в управлении, д.т.н., проф.;

Коваленко В.В., зав. кафедрой химической технологии, к.т.н., доц.;

Корячко В.П., зав. кафедрой систем автоматизированного проектирования вычислительных средств, д.т.н., проф.;

Костров Б.В., зав. кафедрой электронных вычислительных машин, д.т.н., проф.;

Кошелев В.И., зав. кафедрой радиотехнических систем, д.т.н., проф.;

Круглов С.А., зав. кафедрой промышленной электроники, к.т.н., доц.;

Куприна О.Г., доцент кафедры иностранных языков, к.филол.н., доц.;

Литвинов В.Г., зав. кафедрой микро- и нанoeлектроники, д.ф.-м.н., проф.;

Лукиянова Г.С., доцент кафедры высшей математики, к.ф.-м.н., доц.;

Мусолин А.К., профессор кафедры автоматизации информационных и технологических процессов, д.т.н., проф.;

Овечкин Г.В., зав. кафедрой вычислительной и прикладной математики, д.т.н., проф.;

Паршин Ю.Н., зав. кафедрой радиотехнических устройств, д.т.н., проф.;

Перфильев С.В., зав. кафедрой государственного, муниципального и корпоративного управления, д.э.н., проф.;

Пржегорлинский В.Н., зав. кафедрой информационной безопасности, к.т.н., доц.;

Пылькин А.Н., профессор кафедры вычислительной и прикладной математики, д.т.н., проф.;

Рохлина Т.А., доцент кафедры иностранных языков, к.филол.н., доц.;

Серебряков А.Е., зам. зав. кафедрой электронных приборов, к.т.н.;

Соколов А.С., зав. кафедрой истории, философии и права, д.и.н.;

Таганов А.И., профессор кафедры космических технологий, д.т.н., проф.;

Харитонов А.Ю., нач. военного учебного центра, полковник, к.т.н., доц.;

Холопов С.И., декан ф-та автоматики и информационных технологий в управлении, к.т.н., доц.;

Чеглакова С.Г., зав. кафедрой экономической безопасности, анализа и учета, д.э.н., проф..

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА»

УДК 338.23; ГРНТИ 06.81.25

К ВОПРОСУ О ВНЕДРЕНИИ ИННОВАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ю.Б. Кострова

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, ubkostr@mail.ru*

Аннотация. В работе исследуются современные подходы к внедрению инноваций на предприятии. Представлена сравнительная характеристика продуктовых и технологических инноваций. Автором сделан вывод о преимуществах внедрения каждого из рассматриваемых видов инноваций.

Ключевые слова: инновация, инновационная политика предприятия, модернизация, модификация, технологические и продуктовые инновации.

ON THE INTRODUCTION OF INNOVATIONS IN THE ENTERPRISE

Yu.B. Kostrova

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin,
Russia, Ryazan, ubkostr@mail.ru*

The summary. The paper examines modern approaches to the introduction of innovations in the enterprise. The comparative characteristics of product and technological innovations are presented. The author draws a conclusion about the advantages of implementing each of the considered types of innovations.

Keywords: innovation, enterprise innovation policy, modernization, modification, technological and product innovations.

Инновационная политика предприятия определяет его будущее в своём сегменте рынка. Освоение инноваций является составной частью системы управления предприятием, поэтому обеспечивает снижение операционных затрат и увеличение объемов реализации продукции или услуг предприятия.

В настоящее время инновации подразделяют на:

- 1) технологические;
- 2) продуктовые.

То, к какому направлению относится то или иное новшество, зависит от того, какие изменения в результате будут получены и к каким особенностям они относятся.

Технологические инновации – это те решения, которые приводят к появлению кардинально нового продукта на рынке или внедрению новых свойств, улучшающих качество выпускаемого продукта или услуги. К технологическим инновациям относятся также методы производства продукции, технологии [5].

В свою очередь, продуктовые инновации относятся непосредственно к деятельности организации. В частности, продукт считается новым, если впервые используется в выбранной организации. К примеру, новое программное обеспечение, которое присутствует на рынке уже десять лет, будет таковым только там, где оно еще не использовалось. Также к продуктовым инновациям относятся разработка совершенно нового продукта специально под требования предприятия или внедрение новых функций в тот, что уже используется [6].

Независимо от того, что часть исследователей выделяет еще три вида инноваций, в их основе все равно лежат две, перечисленные выше [3].

Сравнительная характеристика технологической и продуктовой инноваций представлена в таблице 1.

Технологические инновации, внедряемые на предприятии, способствуют снижению затрат на производство продукции и увеличению объемов ее реализации. Это также относится к оказываемым услугам.

Аспекты, которые включает в себя любая технологическая инновация, изображены на рисунке 1 [2].

Считается, что технологическая инновация освоена, когда достигнуты следующие результаты:

- снижена сложность производства изделий, за счет внедрения инноваций конструктивного характера;
- снижены затраты на материалы, используемые для производства выпускаемой продукции или услуг;
- в производстве используются автоматизированные системы и новшества в сфере робототехники;
- процессы управления производством полностью или частично автоматизированы.

Таблица 1. Сравнительная характеристика технологической и продуктовой инноваций

Критерии сравнения	Технологическая инновация	Продуктовая инновация
Сфера охвата	Новые тех. процессы, оборудование, оснастка, материалы	Продукты определенной степени новизны и срочности
Область применения (виды бизнеса)	Все виды промышленности, реже сфера услуг	Товары массового потребления, сфера услуг, реже промышленность
Сущность	Результат инновационной деятельности промышленных предприятий и внедренных на них инноваций	Наиболее приемлемые в условиях функционирования предприятия, его положения на рынке, конкурентоспособности и ресурсоёмкости продукты
Ожидаемые результаты	Внедрение на рынке или в производственном процессе новшества с качественными положительными изменениями	Технологически новые и значительно технологически усовершенствованные продукты
Основа инновации	Улучшение экономических показателей за счет оптимизации использования ресурсов и производственных мощностей и организации перспективных технологий	Новшества, непосредственно увеличивающие объём реализации продукции
Отношение к наукоёмкости	Наукоёмкая	Не наукоёмкая
Срочность	Долгосрочная	Среднесрочная

Преимущество технологических инноваций в том, что с их помощью можно снизить затраты на производство за счет оптимизации использования материалов и ресурсов и внедрения новых технологий.

В случае с промышленным производством, продуктовые инновации должны содержать либо внедрение кардинально нового продукта, программы или услуги, либо доработку того, что используется на текущий момент.

Также, необходимо рассмотреть само понятие технологически нового продукта.

Как уже говорилось, этот тот продукт, чье использование или доработка являются инновационными в разрезе использующего предприятия или который отличается от аналогичных предложений на рынке. Подобного рода новшества основываются как на новых исследованиях, технологиях, так и на уже существующих.



Рис. 1. Основные аспекты технологических инноваций

Также имеет значение такой показатель, как новизна продукта. Очевидно, что буквально любой продукт, когда-либо существовавший на рынке, или тот, который существует сейчас, когда-то был новым для общества и той сферы деятельности, для которой он разрабатывался. Чаще всего это означало, что отсутствуют аналогичные ему товары или услуги [4]. На текущий момент это возможно только в отрасли информационных технологий, медицины и услуг.

К сожалению, из-за ограниченности ресурсов и отсутствия тесного сотрудничества с научно-исследовательскими институтами проведение исследований и внедрение какого-либо рода инноваций доступно только крупным предприятиям [1]. Чаще всего, они проводят различного рода исследования с целью расширить номенклатуру и выпускать на рынок как можно больше товаров и услуг под своим именем. Здесь можно выделить два наиболее распространенных типа инноваций: модернизация и модификация.

Модернизация подразумевает глобальную доработку уже имеющегося продукта, в то время как модификация включает в себя лишь малозначительные изменения. Часто модернизация делается для определенного предприятия.

Например, программное обеспечение может быть доработано отдельными модулями специально по требованиям заказчика. Такая доработка может значительно повлиять на функционал продукта. В то время как модификация предполагает скорее «косметические» изменения, такие как: цвет, размер, упаковка, и так далее. Это позволяет расширить ассортимент в рамках номенклатуры и охватить больший круг потенциальных потребителей. Таким образом, снова рождается вывод, что продуктовая инновация может быть использована и используется для трех типов продукта: нового, модернизированного и модифицированного.

Если смотреть со стороны окупаемости и влияния на финансовую сторону предприятия, то продуктовые инновации имеют среднее значение. Это значит, что их внедрение не

такое оперативное, как внедрение инноваций в процессы, и более быстрое, чем внесения в структуру предприятия (размещение ресурсов, слияние, и т.д.).

Стоит отметить, что продуктовые инновации – наилучшее решение, когда нужно увеличить объем выпускаемой продукции и сократить временные и финансовые затраты на это. В данном случае всегда есть возможность выбрать то решение, которое соответствует положению предприятия, его финансовому состоянию в данный момент.

Библиографический список

1. Кострова Ю.Б. Инновационная деятельность в АПК Рязанской области // Вестник Рязанского государственного агротехнологического университета им. П.А. Костычева. -2010. - № 1. - С. 72-74.
2. Кострова Ю.Б., Шибаршина О.Ю. Модель управления инновационной деятельностью компании: стратегический подход // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. - 2020. - № 2 (33). - С. 29-37.
3. Саттарова И.В. Формирование экономического потенциала сельскохозяйственного предприятия // Научные труды Вольного экономического общества России. - 2012. - Т. 166. - С. 635-639.
4. Саттарова И.В. Формирование инновационного потенциала промышленного предприятия // Сборник тезисов докладов IV международной научно-практической конференции «Обеспечение комплексной безопасности предприятий: проблемы и решения». – Рязань: Рязанский государственный радиотехнический университет, 2015. - С. 53-55.
5. Шибаршина О.Ю. Инновационная деятельность предприятий в контексте кластерного подхода // Материалы международной научной конференции «Наука и общество – 2020». – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2020. - С. 444-449.
6. Шибаршина О.Ю. Кластерный подход как основа инновационного развития АПК // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2019. - Т. 8. - № 4 (29). - С. 392-394.

УДК 338.23; ГРНТИ 06.81.25

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОВЕДЕНИЮ МОДЕРНИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

О.Ю. Шибаршина

*Филиал ЧОУВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани,
Российская Федерация, Рязань, oshibarshina@mail.ru*

Аннотация. В работе рассматриваются современные подходы к проведению модернизации на предприятии. Представлена современная концепция модернизации промышленных предприятий. На основе современной классификации инноваций сформулированы основные стратегии проведения модернизации на предприятии.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, конкурентоспособность, модернизация, производственный процесс.

MODERN APPROACHES TO MODERNIZATION AT THE ENTERPRISE

O.Yu. Shibarshina

*Ryazan Branch of Moscow Witte University,
Russia, Ryazan, oshibarshina@mail.ru*

The summary. The paper considers modern approaches to modernization at the enterprise. The modern concept of modernization of industrial enterprises is presented. Based on the modern classification of innovations, the main strategies of modernization at the enterprise are formulated.

Keywords: innovation, innovation activity, competitiveness, modernization, production process.

В современных экономических условиях одним из важных и определяющих направлений развития предприятия на высоком уровне, необходимом для обеспечения конкурентных преимуществ, является совершенствование производственной системы и производственных процессов. Актуальность проблематики, связанная с повышением эффективности функционирования производственных процессов на предприятии, находит подтверждение в

реализации неэффективных производственных стратегий и программ развития организации, следование которым влечет за собой принятие неоптимальных управленческих решений.

На уровень конкурентоспособности каждого предприятия влияют не только внешние факторы, такие как взаимоотношения с поставщиками, клиентами, но немаловажным является внутренняя организация процессов – оптимально выстроенные производственные процессы способствуют снижению уровня себестоимости, повышению качества выпускаемой продукции.

В нестабильных условиях современной экономики необходимость формирования и развития методической базы различных эффективных инструментов и функционала, направленных на развитие и повышение эффективности производства, возникла в промышленном сообществе России.

Инновационная деятельность производственного предприятия, одним из следствий которой является инновация, подразумевает под собой систему мероприятий, направленных на создание нового или совершенствование существующего продукта, обновленного способа производства товаров с целью удовлетворения основных потребностей общества [3].

Модернизация производственного процесса, в свою очередь, является ярким примером одного из направлений инновационной деятельности. Цель данных изменений заключается в улучшении и развитии производства, что в результате положительно отобразится на производительности труда и расходах ресурсов. После проведения мер по модернизации предприятие способно повысить уровень качества выпускаемой продукции, что способствует повышению конкурентоспособности на рынке. Для обеспечения наиболее высокого качественного уровня результата модернизации производственного процесса необходимо в программу совершенствования включить все существующие циклы и процессы.

Одновременная модернизация полностью всей цепочки процессов наиболее экономически выгодна, так как проведение модернизации подразумевает под собой систему мероприятий, которые включают оценку и диагностику систем автоматизации, а также непосредственно их внедрение.

В научной литературе выделяется несколько форм модернизации, в зависимости от выбора и проведения которых, содержание самих процессов может варьироваться (рис. 1).

На предприятиях возможно проведение оперативной модернизации, основными целями которой считается решение максимально острых экономических и производственных проблем в достаточно краткосрочном периоде. Для решения более стратегических проблем и реализации долгосрочных проектов на предприятии проводят стратегическую модернизацию.



Рис. 1. Концепция модернизации промышленных предприятий

На современном этапе развития российской промышленности преобразования в рамках краткосрочного периода предполагают преобразования в сфере материальных активов и долговых обязательств. В процессе проведения данной модернизации необходимо определить методы роста продаж, разработать схему поставок сырья, снизить стоимость и объем заемного капитала, оптимизировать и обновить основные производственные фонды предприятия, а также производственные структуры.

В связи с необходимостью комплексного исследования сущности модернизации, необходимо обратить внимание на способы ее использования и различные области применения, а значит, и различные методы управления. В связи с этим важно понимать сущность нововведений – их системы и классификации (рис. 2).

Изучение главных признаков нововведений, их специфических особенностей и свойств обеспечивает возможность выявления отличительных требований, которые предъявляются к ним в ходе разработки и внедрения.

Реализация в производственном процессе продуктовых нововведений является одним из основных средств освоения новых видов производимых товаров и услуг, расширения доли рынка, а также возможности устанавливать выигрышные цены по сравнению с конкурентами, что тем самым способствует росту объемов производства и реализации. Продуктовые нововведения могут быть результатом применения новых материалов или сырья.



Рис. 2. Классификация нововведений

Реализация технологических нововведений направлена на экономию производственных издержек, снижение вредных отходов в окружающую среду, повышение производительности труда [5]. Данный вид нововведений заключается в применении новых методов и технологических решений в процессе производства продукции, например, внедрение автоматизированной или компьютерной техники [2].

Если рассматривать модернизацию в качестве придания товару новых потребительских свойств, то техническая новизна в данном аспекте играет второстепенную роль. При анализе эффективности реализации и вывода нововведений на рынок была выявлена одна из главных причин неудач – если нововведения возникают только на основании новых знаний без подтверждения их необходимости со стороны потребностей покупателя. В таких ситуациях потребителю необходим не новый товар, а новые выгоды или потребительские свойства старого. Для предприятий-конкурентов на рынке важно понимать, насколько нововведение одного из производителей будет успешным и востребованным у потребителя. Чаще всего конкуренты не торопятся сразу внедрять новинку в собственное производство, так как по экспертным оценкам уровень неэффективных нововведений колеблется от 30 до 60%. Основываясь на этом существует 2 стратегии – лидера и последователя, ориентируясь на которые выделяются стратегические и адаптирующие нововведения [1]:

- адаптирующее – это нововведение, которое предприятие вынуждено осваивать и внедрять в производство после его появления у конкурента. Адаптирующее нововведение внедряется в качестве ответной реакции конкуренту на недавно появившийся новый продукт на рынке. Данные нововведения необходимы для поддержания технологического уровня производства не хуже, чем у конкурента [4];

- стратегическое – нововведение, реализация которого является упреждающей (преактивной), то есть для получения преимущества «первопроходца», которое при оптимальном и корректном использовании способствует увеличению дохода и выведению предприятия на лидирующие позиции в рамках рынка.

Для выбора наиболее оптимальных форм и методов реализации и внедрения нововведений важную роль играет разделение видов модернизации в зависимости от признаков.

Данная взаимосвязь объясняется тем, что сами процессы проработки, необходимые для внедрения условия, и последующие действия по продвижению нововведения на рынке для определенного нововведения – улучшающее или совершенно новое – во многом отличаются.

В основе планирования процесса модернизации предлагается использовать специфические детерминанты модернизации, то есть «факторы, которые являются ориентирами при разработке направлений развития предприятия, возможностей и скорости обновления производственной структуры». В качестве таких детерминант выступают основные ресурсы предприятия, необходимые для проведения модернизации – состав и структура производимой продукции, состояние материальных и нематериальных активов предприятия, кадровый и научный потенциал. Выделяют также специфические детерминанты, к которым относятся внешние факторы, оказывающие негативное влияние на технические и функциональные составляющие предприятия.

Основываясь на том, какие используются соединения специфических детерминант, различаются несколько видов стратегий:

- стратегии НИОКР – это лицензионная стратегия, стратегия параллельной разработки, стратегия исследовательского лидерства;
- стратегии внедрения и адаптации модернизированного продукта – сохранение технологических позиций, радикальное опережение конкурентов, процессная имитация и другие.

Все стратегии, перечисленные выше, переходят в разряд стратегических только в том случае, когда предприятие достигает качественно новое состояние. Например, для достижения расширения размеров производства, следует увеличивать долю наукоемкой продукции в общем объеме производства, то есть применять стратегию опережающей наукоемкости. Также в данной ситуации есть возможность применить стратегию исследовательского лидерства и радикального опережения конкурентов. Использование данных стратегий возможно только на предприятиях, где в рамках производственной структуры есть опытно-экспериментальное производство, существуют результаты проведения собственных НИОКР, а также доля научно-технического персонала превышает средние значения по отрасли.

Таким образом, модернизация является одним из наиболее эффективных направлений повышения эффективности производственных процессов, за счет качественных преобразований в сферах производства и труда, внедрению применительно к данному предприятию новых достижений науки и техники.

Библиографический список

1. Кострова Ю.Б., Шибаршина О.Ю. Модель управления инновационной деятельностью компании: стратегический подход // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. - 2020. - № 2 (33). - С. 29-37.
2. Ляшук Ю.О. Система факторов внутренней и внешней среды, влияющих на формирование маркетинговой политики предприятий АПК // Материалы национальной научно-практической конференции «Приоритетные направления научно-технологического развития агропромышленного комплекса России». – Рязань: Рязанский государственный агротехнологический университет им. П.А. Костычева, 2019. - С. 256-260.
3. Саттарова И.В. Формирование инновационного потенциала промышленного предприятия // Сборник тезисов докладов IV международной научно-практической конференции «Обеспечение комплексной безопасности предприятий: проблемы и решения». – Рязань: Рязанский государственный радиотехнический университет, 2015. - С. 53-55.
4. Филохина А.В., Кострова Ю.Б. Проблемы внедрения бережливого производства в России // Материалы XVI межвузовской научно-технической конференции «Новые технологии в учебном процессе и производства». – Рязань: ИП Жуков Виталий Юрьевич, 2018. – С. 369-370.
5. Шибаршина О.Ю. Кластерный подход как основа инновационного развития АПК // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2019. - Т. 8. - № 4 (29). - С. 392-394.

УДК 004.9; ГРНТИ 06.81.19

АКТИВНОСТЬ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

О.А. Ларионова, А.И. Ларионов

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, larionova.o.a@emop.rsreu.ru*

Аннотация. В данной работе выделены базовые направления для оценки уровня развития цифровых технологий, описаны ресурсы, на базе которых осуществляется процесс создания и внедрения цифровых технологий, проведен анализ валовых внутренних затрат на развитие цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, цифровая трансформация.

ACTIVITY OF RUSSIAN ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS IN THE FIELD OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

O.A. Larionova, A.I. Larionov

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, larionova.o.a@emop.rsreu.ru*

Abstract. This paper highlights the basic directions for assessing the level of development of digital technologies, describes the resources on the basis of which the process of creating and implementing digital technologies is carried out, and analyzes the gross domestic costs for the development of the digital economy.

Keywords: digital economy, digitalization, digital transformation.

Активность российских предприятий и организаций в сфере цифровизации возрастает с каждым годом. Все чаще планируется и осуществляется реализация субъектами управления актуальных цифровых проектов, задач, трансформаций. Необходимо отметить, что плавно возрастает уровень и тенденции цифровых преобразований, что говорит о все более серьезном проникновении процессов цифровизации самой разной степени сложности в процесс управления, контроля и производства продукции российских предприятий и организаций, а так же различного рода интегрированных структур. Усиливается значимость уже внедренных цифровых процессов, и, не смотря на то, что есть как положительная, так и отрицательная оценка тех или иных процессов цифровизации, в целом можно говорить об ускорении процесса повсеместного внедрения всех составляющих цифровой трансформации.

В ходе оценки степени распространения и внедрения процессов цифровизации нужно учитывать развитие цифровых трансформаций по трем базовым направлениям:

- оценка процесса разработки технологий в области цифровизации и взаимосвязанных с данными технологиями услуг, продукции, работ. Данный индикатор вбирает в себя как непосредственно создание современных цифровых технологий, так и производство услуг, продукции, работ взаимосвязанных с эксплуатацией цифровых технологий. Нельзя забывать и об импорте цифровых технологий, а так же об импорте услуг и товаров, взаимосвязанных с технологиями сферы цифровизации;

- оценка вовлеченности предприятий и населения в процесс общей цифровизации, что подразумевает анализ и исследование степени распределения и эксплуатации цифровых технологий и связанных с ними услуг, продукции, работ;

- определение эффектов цифровизации, а именно, эффект от внедрения и эксплуатации современных цифровых решений и технологий и экспорт цифровых технологий, услуг, товаров, взаимосвязанных с ними.

Если говорить о ресурсах, на базе которых осуществляются процессы разработки и внедрения цифровых технологий на российских предприятиях, то здесь немаловажную роль играет уровень расходов и его изменение на развитие цифровой экономики, а так же существующая инфраструктура промышленного производства и кадровый потенциал, способный понимать и принимать необходимость цифровых трансформаций на предприятиях, в органи-

зациях и среди населения, и активно участвующий в процессах внедрения цифровых решений различной степени сложности.

За 2019 год валовые внутренние расходы на развитие цифровой экономики в сумме равны 4 094 миллиарда рублей, что составляет 3,7% валового внутреннего продукта [1]. Причем из них 2 453 миллиарда рублей или 2,2% валового внутреннего продукта - это внутренние затраты предприятий на создание, распределение, внедрение и эксплуатацию цифровых технологий и взаимосвязанных с ними услуг и продукции. Затраты домашних хозяйств на эксплуатацию цифровых технологий и взаимосвязанных с технологиями услуг и продукции составили 1 641 миллиард рублей или 1,5% валового внутреннего продукта.

Если проследить тенденцию по расходам на развитие цифровой экономики в процентах к валовому внутреннему продукту с 2017 г. по 2019 г. (таблица 1), то здесь наблюдается положительная динамика, а именно рост как валовых внутренних расходов на развитие цифровизации экономики (с 3,6% к валовому внутреннему продукту до 3,7% к валовому внутреннему продукту), так и рост внутренних расходов предприятий на разработку, распределение, внедрение и эксплуатацию цифровых технологий и взаимосвязанных с ними услуг и продукции (с 1,9% к валовому внутреннему продукту до 2,2% к валовому внутреннему продукту).

Таблица 1. Расходы на развитие цифровой экономики в процентах к валовому внутреннему продукту

Показатель	2017 год	2018 год	2019 год
Валовые внутренние расходы на развитие цифровой экономики	3,6	3,6	3,7
Внутренние расходы предприятий и организаций на создание, распространение, внедрение и использование цифровых технологий и взаимосвязанных с ними услуг и продукции	1,9	1,9	2,2

Важным моментом является анализ внутренних расходов на разработку, распределение, внедрение и эксплуатацию цифровых трансформаций экономики по видам экономической деятельности (таблица 2).

Таблица 2. Структура внутренних затрат организаций на создание, распространение, внедрение и использование цифровых технологий и взаимосвязанных с ними услуг и продуктов по видам экономической деятельности за 2019 год (в процентах к итогу)

Вид экономической деятельности	Процент к итогу
Информация и связь	21,6
Профессиональная научная и техническая деятельность	19,7
Страховая и финансовая деятельность	15,5
Образование	12
Обрабатывающая промышленность	7,2
Оптовая и розничная торговля	6,1
Государственное управление, социальное обеспечение	3,6
Транспортировка и хранение	3,1
Операции с недвижимым имуществом	2,4
Здравоохранение	1,6
Обеспечение энергией	1,6
Строительство	1,3
Добыча полезных ископаемых	1,1
Спорт и культура	0,6
Сельское хозяйство	0,6
Прочие виды	1,9
Итого	100

Как видно из представленных результатов наибольшие расходы на разработку, распределение, внедрение и эксплуатацию цифровых технологий и взаимосвязанных с ними ус-

луг и продукции приходится на такой вид деятельности как информация и связь (21,6 % к итогу). Это вполне объяснимо, современное общество, как и современный бизнес трудно представить без использования информационно - коммуникационных технологий и связи. Эта экономическая деятельность развивается достаточно серьезными темпами, и потому, занимает лидирующие позиции по расходам на цифровизацию. Так же значительный процент расходов на цифровую экономику приходится на такие виды деятельности как профессиональная научная и техническая деятельность (19,7%), финансовая и страховая деятельность (15,5%) и образование (12%).

Не может не радовать тот факт, что достаточно серьезные затраты на создание, внедрение и использование цифровых технологий приходится на такие виды экономической деятельности как профессиональная научная и техническая деятельность и образование. В настоящее время, когда цифровая трансформация захватывает все большие сферы жизнедеятельности, для образовательных организаций одной из основных целей в подготовке перспективных кадров является формирование компетенций, связанных с умением создавать, внедрять, распространять и использовать цифровые технологии в своей профессиональной деятельности. Этот момент является важным и для выпускников средних и высших профессиональных образовательных учреждений, так как позволяет сократить период адаптации при приеме на работу, так и для потенциальных работодателей, которые получают кадры, владеющие современными цифровыми технологиями и умеющие достаточно лояльно адаптироваться к нововведениям в области цифровизации.

К сожалению, есть виды экономической деятельности, где процент внутренних расходов на цифровые трансформации невелик. К таким видам деятельности относятся сельское хозяйство (0,6%), спорт и культура (0,6%), добыча полезных ископаемых (1,1%) и прочие виды деятельности. Важно найти причины такой медленной цифровизации в указанных отраслях. Конечно, прежде всего, это связано с недостаточным финансированием этих видов деятельности. Здесь остро встает вопрос о поддержке данных предприятий, субсидиях и прочей помощи. Однако, обратить внимание стоит еще и на такой аспект, как недопонимание важности цифровизации экономики и бизнеса, как непосредственно работниками, так и управленцами высшего звена. Недостаточная цифровизация бизнеса может привести к потере экономических связей, невозможности конкурентоспособности продукции и предприятий и многим другим негативным последствиям.

Анализируя структуру внутренних расходов субъектов управления на разработку, распределение, внедрение и эксплуатацию цифровых технологий и взаимосвязанных с ними услуг и продукции за 2019 год можно заметить, что основная доля затрат (44,4%) относится к расходам на приобретение машин и оборудования, тесно связанных с цифровыми технологиями (таблица 3).

Таблица 3. Структура внутренних расходов субъектов управления на разработку, распределение, внедрение и эксплуатацию цифровых технологий и взаимосвязанных с ними услуг и продукции по видам за 2019 год (в процентах к итогу)

Вид	Процент к итогу
Приобретение оборудования, связанного с цифровыми технологиями	44,4
Приобретение программного обеспечения	24,5
Оплата услуг электросвязи	18,7
Проведение исследований и разработок	0,8
Закупка цифрового контента	0,6
Повышение квалификации сотрудников, связанное с внедрением и эксплуатацией цифровых технологий	0,2
Прочие расходы	10,8
Итого	100

Существенная доля в структуре внутренних расходов субъектов управления таких видов как приобретение оборудования, связанного с процессом цифровизации и приобретение программного обеспечения, говорит о том, что в целом менеджмент предприятий и организаций понимает важность цифровизации экономики и старается развивать свои предприятия в этом направлении. К сожалению, незначительный процент внутренних затрат приходится на исследования и разработки в области цифровизации (0,8%). Встает острый вопрос о поддержке отечественных научных институтов, о повышении их конкурентоспособности, о достаточном их финансировании, о подготовке перспективных кадров и многие другие.

В заключении отметим, что процессы цифровизации охватили различные сферы жизнедеятельности человечества, однако, развитие видов экономической деятельности, их цифровая трансформация идет неравномерно. Причины данного явления различны, но все они требуют особого внимания, как со стороны субъектов управления, так и со стороны государства в целом. Затраты на развитие цифровой экономики в процентах к ВВП с каждым годом растут, что говорит о важности данного направления и поддержке его со стороны государства. Несомненно, положительно можно рассматривать тот факт, что существенная доля в структуре внутренних расходов субъектов управления приходится на такие виды как приобретение оборудования, связанного с цифровыми технологиями и приобретение программного обеспечения, его усовершенствование и адаптация.

1. Цифровая экономика: 2021 : краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 124 с.

УДК 330.4; ГРНТИ 06.35.51

ОТБОР ФАКТОРОВ В ЭКОНОМЕТРИЧЕСКУЮ ЛАГОВУЮ МОДЕЛЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ

Р.С. Румянцев

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина,
Российская Федерация, Рязань, konrad8911@gmail.com*

Аннотация. В работе рассмотрена логическая модель экономических факторов, определяющих уровень развития промышленного потенциала региона, на основе которой с помощью эконометрического моделирования предлагается потроить управляемый рейтинг регионов. Выполнена первичная статистическая обработка данных и отбор статистически значимых факторов в модель.

Ключевые слова: логическая модель, эконометрическая модель, интегральный индекс, валовой региональный продукт, индекс развития промышленного производства, промышленный потенциал.

SELECTION OF FACTORS IN THE ECONOMETRIC LAG MODEL OF THE INDUSTRIAL POTENTIAL OF THE REGIONS

R.S. Rumyantsev

*Ryazan State University named after S.A. Esenin,
Russia, Ryazan, konrad8911@gmail.com*

The summary. We consider a logical model of economic factors that determine the region's level of industrial potential's development, on the basis of which, using econometric modeling, it is proposed to develop a controlled rating of regions. Primary statistical data processing and selection of statistically significant factors in the model were performed.

Keywords: logical model, econometric model, integral index, gross regional product, industrial production development index, industrial potential.

Промышленный сектор экономики обеспечивает рост национального богатства страны и благосостояния населения. С помощью его показателей оценивают уровень

социально-экономического развития государства и региона. Более того, по специфике промышленного сектора регионы (и страны) классифицируют на обрабатывающие (развитые), развивающиеся (с переходной структурой экономики от сырьевой к обрабатывающей) и сырьевые. Поэтому актуальной задачей является построение моделей промышленного потенциала, позволяющих прогнозировать его развитие и управлять им.

В качестве определения промышленного потенциала примем определение из исследований [1, 2]. Авторы указанных работ под промышленным потенциалом региона понимают совокупность экономических факторов, определяющих состояние и возможности развития промышленного сектора экономики региона. Составляющими промышленного потенциала являются производственный, финансовый, инфраструктурный и человеческий потенциалы. Производственный потенциал – это экономические показатели обрабатывающего сектора экономики; показатели инвестиционной активности региона – его финансовый потенциал; количество и качество рабочей силы – человеческий потенциал; показатели инновационной активности и НИОКР – инновационный потенциал, а сопутствующие показатели (производство электроэнергии, плотность транспортной сети) – инфраструктурный потенциал.

Наиболее часто классификацию регионов по уровню развития промышленного потенциала проводят на основе рейтингов значений валового регионального продукта на душу населения и индекса промышленного производства (общего и по отраслям). Построению рейтингов регионов по уровню развития промышленного потенциала посвящены как академические исследования [1–4], так и работы рейтинговых агентств [5]. Недостаток индексно-рейтинговых методик состоит в том, что при их построении не учитывается степень влияния на величину интегрального индекса составляющих его экономических показателей. Для устранения недостатка необходимо предварительно построить модели множественной регрессии на стандартизованных значениях всех факторов, составляющих интегральный индекс [3].

В данной работе предлагается усовершенствовать методику построения управляемого рейтинга из работы [3], предварительно построив эконометрическую модель, учитывающую изменение набора факторов во времени и количественно неизмеримые региональные различия. Предлагаемая методика позволяет учесть ситуацию, когда с течением времени в силу объективных изменений экономической системы региона, возникают новые факторы, влияющие на промышленный потенциал, не включённые ранее в интегральный индекс.

В данном исследовании за основу взят набор экономических факторов (логическая модель) промышленного потенциала из работы [6]. Так как современное развитие экономики невозможно без инноваций, то логическая модель из [6] была изменена следующим образом:

1) к показателям человеческого потенциала была дообавлена доля занятых в обрабатывающих производствах в общей численности занятых (%),

2) в модель добавлен инновационный потенциал с показателем «доля затрат на инновации в ВРП»;

3) показатели «доля организаций, выполнявших исследования и разработки в общей численности организаций» и «доля организаций, выполнявших научные исследования и разработки в общем числе организаций» перенесены в инновационный потенциал.

Полученный набор факторов представлен в таблице 1. В качестве зависимой переменной Y был выбран валовой региональный продукт (ВРП) на душу населения (млн. руб. / тыс. чел.), как один из стандартных показателей социально-экономического развития развития и развития промышленного и производственного потенциалов [1].

В качестве объекта исследования выбраны регионы Центрального федерального округа в силу того, что, во-первых, по географическим и экономическим условиям они достаточно однородны, а во-вторых, представляет интерес сравнительная характеристика Рязанской области с сопредельными регионами.

На основе предложенной логической модели была собрана панель статистических

числовых данных из официальных статистических сборников [7]. Результаты описательной статистики собранной панели представлены в таблице 2. Затем с использованием инструмента «Диаграмма» табличного процессора MS Excel была выполнена спецификация уравнения модели, которая показала, что наилучшей зависимостью переменной Y от каждого фактора X_i , $i = \overline{1; 16}$, является линейная зависимость.

Так как в логической модели 16 факторов, то некоторые из них могут быть зависимы между собой (коллинеарны). С целью обнаружения мультиколлинеарности факторов была построена корреляционная матрица, анализ которой показал следующее:

1) наиболее сильное влияние на зависимую переменную Y оказывают факторы X_3 ($r_{YX_3} = 0,64$), X_6 ($r_{YX_6} = 0,79$), X_8 ($r_{YX_8} = 0,85$), X_{13} ($r_{YX_{13}} = 0,65$), X_{14} ($r_{YX_{14}} = 0,89$), X_{15} ($r_{YX_{15}} = 0,68$),

2) наиболее слабое влияние на зависимую переменную Y оказывают факторы X_9 ($r_{YX_9} = -0,09$), X_{11} ($r_{YX_{11}} = -0,07$),

3) коллинеарными между собой оказались следующие пары факторов:

$$\begin{aligned} &X_1 \text{ и } X_7 (r_{X_1X_7} = 0,77), X_5 \text{ и } X_7 (r_{X_5X_7} = 0,81), X_2 \text{ и } X_{10} (r_{X_2X_{10}} = 0,82), \\ &X_3 \text{ и } X_{14} (r_{X_3X_{14}} = 0,74), X_6 \text{ и } X_{13} (r_{X_6X_{13}} = 0,71), X_6 \text{ и } X_{14} (r_{X_6X_{14}} = 0,85), \\ &X_6 \text{ и } X_{15} (r_{X_6X_{15}} = 0,80), X_8 \text{ и } X_{14} (r_{X_8X_{14}} = 0,84), X_{12} \text{ и } X_{13} (r_{X_{12}X_{13}} = 0,78), \\ &X_{13} \text{ и } X_{14} (r_{X_{13}X_{14}} = 0,80), X_8 \text{ и } X_{15} (r_{X_8X_{15}} = 0,72), \\ &X_{13} \text{ и } X_{15} (r_{X_{13}X_{15}} = 0,81), X_{14} \text{ и } X_{15} (r_{X_{14}X_{15}} = 0,90). \end{aligned}$$

Таблица 1. Логическая модель промышленного потенциала региона

Обозначение переменной	Экономический показатель	Единица измерения	Потенциал
X_1	Стоимость основных фондов обрабатывающих производств на душу населения	Тыс. руб./тыс. чел.	Производственный
X_2	Доля организаций обрабатывающих производств в общем числе организаций	-	
X_3	Фондоотдача обрабатывающих производств	-	
X_4	Степень износа основных фондов обрабатывающих производств (на конец года)	%	
X_5	Доля инвестиций в основной капитал обрабатывающих производств в ВРП	%	Финансовый
X_6	Объём иностранных инвестиций на душу населения	Тыс. руб./тыс. чел.	
X_7	Объём инвестиций в основной капитал обрабатывающих производств на душу населения	Тыс. руб./тыс. чел.	
X_8	Доля работников с высшим образованием в общей численности занятых	%	Человеческий
X_9	Доля работников со средним профессиональным образованием в общей численности занятых	%	
X_{10}	Доля занятых в обрабатывающих производствах в общей численности занятых	%	
X_{11}	Доля организаций, выполнявших научные исследования и разработки в общем числе организаций	—	Инновационный
X_{12}	Внутренние затраты на научные исследования и разработки по отношению к ВРП	—	
X_{13}	Численность персонала, занятого исследованиями и разработками на душу населения	—	
X_{14}	Плотность железнодорожных путей общего пользования	Км на 10000 км ²	Инфраструктурный
X_{15}	Плотность автомобильных дорог с твердым покрытием	Км на 1000 км ²	
X_{16}	Мощность электростанций	Млн. кВт	

Таблица 2. Показатели описательной статистики факторов логической модели

Переменная	Среднее	Стандартная ошибка	Медиана	Стандартное отклонение	Экссесс	Асимметричность	Минимум	Максимум
Y	265388,12	13120,08	221483,70	200698,68	10,69	2,86	50271,50	1423589
X ₁	75,80	4,05	57,72	61,99	5,13	2,06	10,42	370,09
X ₂	0,10	0,00	0,10	0,02	- 0,22	- 0,12	0,05	0,14
X ₃	2,31	0,06	2,09	0,95	10,55	2,63	0,96	7,58
X ₄	43,43	0,38	43,25	5,89	0,91	0,22	25,20	61,10
X ₅	0,05	2,21 · 10 ⁻³	0,04	0,03	4,55	1,76	0,00	0,23
X ₆	0,61	0,10	0,11	1,54	30,66	5,02	0,00	13,81
X ₇	9,59	0,57	6,85	8,66	4,54	1,96	0,66	47,73
X ₈	27,49	0,45	26,15	6,85	2,59	1,52	15,10	49,90
X ₉	47,45	0,37	47,70	5,63	0,10	-0,34	30,20	59,50
X ₁₀	18,81	0,30	18,85	4,59	-0,12	0,06	7,70	31,20
X ₁₁	8,46 · 10 ⁻⁴	2,10 · 10 ⁻⁵	7,73 · 10 ⁻⁴	3,21 · 10 ⁻⁴	0,47	0,88	3,23 · 10 ⁻⁴	1,92 · 10 ⁻³
X ₁₂	0,01	6,68 · 10 ⁻⁴	0,01	0,01	0,90	1,29	2,32 · 10 ⁻⁴	0,04
X ₁₃	4,30	0,35	2,54	5,30	4,06	2,08	0,16	24,67
X ₁₄	391,74	30,59	256,00	467,99	11,16	3,44	62,00	2496,00
X ₁₅	406,92	40,72	252,50	622,94	18,50	4,34	106,0	3572,73
X ₁₆	3,20	0,43	2,05	6,53	145,91	10,90	0,04	91,70

Затем с помощью метода исключения на основе уравнения сквозной регрессии

$$Y_{i(t+1)} = a_0 + \sum_{j=1}^{16} a_{i,j} X_{i(t),j} + \varepsilon_{i(t)}, \quad t = \overline{2006; 2017}, \quad (1)$$

в котором $X_{i(t),j}$ – значение фактора X_j для i -го региона в момент времени t , $\varepsilon_{i(t)}$ – случайная составляющая i -го региона, были отобраны статистически значимые факторы, результаты метода исключения представлены в таблице 3.

Таблица 3. Последовательность исключаемых факторов

Характеристика	Исключаемый фактор					
	нет	a_0	X_{10}	X_{16}	X_4	X_{11}
R^2	0,9592	0,9851	0,9851	0,9851	0,9850	0,9848
P для a_0	0,2214	–	–	–	–	–
P для X_1	2,27 · 10 ⁻⁶	3,49 · 10 ⁻⁶	1,17 · 10 ⁻⁶	1,18 · 10 ⁻⁶	1,19 · 10 ⁻⁶	2,06 · 10 ⁻⁶
P для X_2	3,89 · 10 ⁻⁷	5,98 · 10 ⁻⁸	5,81 · 10 ⁻¹⁶	1,75 · 10 ⁻¹⁶	1,65 · 10 ⁻¹⁶	4,95 · 10 ⁻¹⁶
P для X_3	0,0011	0,0024	0,0020	0,0022	0,0020	0,0083
P для X_4	0,2345	0,3973	0,3347	0,3529	–	–
P для X_5	0,0360	0,0082	0,0070	0,0090	0,0070	0,0089
P для X_6	5,28 · 10 ⁻⁷	1,05 · 10 ⁻⁷	8,97 · 10 ⁻⁸	6,90 · 10 ⁻⁸	5,39 · 10 ⁻⁸	3,08 · 10 ⁻⁸
P для X_7	0,04653	0,0159	0,0148	0,0180	0,0178	0,0207
P для X_8	1,41 · 10 ⁻⁶	5,33 · 10 ⁻⁷	4,24 · 10 ⁻⁸	2,32 · 10 ⁻⁸	2,24 · 10 ⁻¹⁰	1,12 · 10 ⁻⁹
P для X_9	7,63 · 10 ⁻⁸	4,54 · 10 ⁻⁹	4,19 · 10 ⁻⁹	2,44 · 10 ⁻⁹	7,31 · 10 ⁻¹²	1,61 · 10 ⁻¹¹
P для X_{10}	0,8705	0,8984	–	–	–	–
P для X_{11}	0,1901	0,0682	0,0630	0,0546	0,0690	–
P для X_{12}	0,0853	0,1012	0,0911	0,1177	0,0688	0,0449
P для X_{13}	0,0130	0,0135	0,0123	0,0147	0,0103	0,0178
P для X_{14}	6,44 · 10 ⁻²⁴	1,18 · 10 ⁻²⁶	4,04 · 10 ⁻²⁸	1,55 · 10 ⁻²⁸	1,81 · 10 ⁻²⁸	1,84 · 10 ⁻³³
P для X_{15}	1,15 · 10 ⁻²⁰	5,87 · 10 ⁻²²	3,35 · 10 ⁻²²	3,09 · 10 ⁻²²	6,89 · 10 ⁻²³	5,09 · 10 ⁻²³
P для X_{16}	0,5285	0,4694	0,4753	–	–	–

При отборе статистически значимых факторов использовалась надстройка «Анализ данных. Регрессия» табличного процессора MS Excel, принятый уровень значимости $\alpha = 0,05$. Статистически незначимыми являются те факторы, у которых значимость соответствующего коэффициента в регрессионном уравнении больше, чем принятый уровень значимости. Полужирным шрифтом в таблице 3 выделено значение уровня значимости исключаемого фактора.

Таким образом, из уравнения (1) были исключены статистически незначимые экономические факторы X_4 , X_{10} , X_{11} и X_{16} , то есть степень износа основных фондов обрабатывающих производств (на конец года), доля занятых в обрабатывающих производствах в общей численности занятых, доля организаций, выполнявших научные исследования и разработки в общем числе организаций и мощность электростанций не оказывают статистически значимого влияния на результирующую переменную Y – ВРП на душу населения Центрального федерального округа. После исключения статистически незначимых переменных уравнение (1) приняло вид

$$Y_{i(t+1)} = \sum_{j \in \{1;2;3;5;6;7;8;9;12;13;14;15\}} a_{i,j} X_{i(t),j} + \varepsilon_{i(t)}, \quad t = \overline{2006; 2017},$$

и с учетом идентифицированных коэффициентов

$$Y = 529,0 X_1 - 1925739,0 X_2 + 13922,5 X_3 - 615959,0 X_5 + 20682,7 X_6 + 2735,7 X_7 + 4706,7 X_8 + 3266,0 X_9 - 1635863 X_{12} + 6404,2 X_{13} + 371,1 X_{14} - 168,6 X_{15} + \varepsilon. \quad (3)$$

Из уравнения (3) следует, что значимое положительное воздействие на ВРП на душу населения оказывают факторы X_1 (стоимость основных фондов обрабатывающих производств на душу населения), X_3 (фондоотдача обрабатывающих производств), X_6 (объем иностранных инвестиций на душу населения), X_7 (объем инвестиций в основной капитал обрабатывающих производств на душу населения), X_8 (доля работников с высшим образованием в общей численности занятых), X_9 (доля работников со средним профессиональным образованием в общей численности занятых), X_{13} (численность персонала, занятого исследованиями и разработками на душу населения), X_{14} (плотность железнодорожных путей общего пользования). Отрицательное значимое воздействие оказывают факторы X_2 (доля организаций обрабатывающих производств в общем числе организаций), X_5 (доля инвестиций в основной капитал обрабатывающих производств в ВРП), X_{12} (внутренние затраты на научные исследования и разработки по отношению к ВРП), X_{15} (плотность автомобильных дорог с твердым покрытием).

Другими словами, повышают величину ВРП на душу населения все факторы, отражающие уровень и качество производительности труда и трудового потенциала региона, а понижают – факторы, которые можно охарактеризовать, как вложения в модернизацию и развитие обрабатывающего и инновационного секторов экономики. Однако, отсутствие вложений в эти сектора экономики может привести к технологическому отставанию всей экономики в целом.

Библиографический список

1. Ларионов А.О. Оценка промышленного потенциала региона // Проблемы развития территорий. 2015. Вып. 2 (78). С. 45–61.
2. Смирнова Т.Г. Оценка промышленного потенциала региона (на примере Вологодской области // Современные научные исследования и инновации: электронный научно-практический журнал. 2012. № 12. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/12/19140> (дата обращения: 23.09.2020).

3. Лесюнина А.В. Система рекомендаций по формированию рейтинга промышленного потенциала регионов ЦФО России / А.В. Лесюнина. – Текст: электронный // Экономика и менеджмент инновационных технологий : электронный научно-практический журнал. 2018. № 8. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2018/08/16195> свободный (дата обращения: 08.10.2020).

4. Андреев А.С., Лискина Е.Ю. Оценка промышленного потенциала регионов на примере Центрального федерального округа // Прикладная математика и информатика: современные исследования в области естественных и технических наук: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (школы-семинара) молодых ученых. Тольятти: Издатель Качалин Александр Васильевич, 2019. С. 97–102.

5. Рейтинг регионов по производственному потенциалу // Рейтинговое агентство RAEX-аналитика: официальный сайт. – URL: https://raex-rr.com/country/region_potential/rating_of_regions_by_industrial_potential свободный (дата обращения 01.05.2020 г.).

6. Лискина Е.Ю. Андреев А.С. Математическое моделирование промышленного потенциала регионов Российской Федерации // Вестник Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина. 2019. № 2 (63). С. 176–182.

7. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. 2005–2019 гг. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 28.11.2020).

УДК 330.4; ГРНТИ 06.35.51

ИССЛЕДОВАНИЕ СКРЫТЫХ ВРЕМЕННЫХ ЭФФЕКТОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА СОСТОЯНИЕ УРОВНЕЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ РЕГИОНОВ РОССИИ

Е.И. Давыдова

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина,
Российская Федерация, Рязань, l.davydova@yandex.ru*

Аннотация. В статье исследуется влияние скрытых временных эффектов на состояние уровней рабочей силы регионов Российской Федерации. В ходе исследования оценивалось уравнение множественной линейной регрессии, статистически незначимые факторы были исключены из уравнения. По результатам исследования выбрана наилучшая модель и проведена оценка скрытых временных эффектов.

Ключевые слова: скрытые временные эффекты, уровни рабочей силы, панельные данные.

STUDY OF HIDDEN TIME EFFECTS AFFECTING ON THE STATE OF LABOR LEVELS IN THE REGIONS OF RUSSIA

E.I. Davydova

*Ryazan State University named after S.A. Esenin,
Russia, Ryazan, l.davydova@yandex.ru*

The summary. We consider the influence of latent time effects on the state of labor force levels in the regions of the Russian Federation. The study evaluated the multiple linear regression equation, statistically insignificant factors were excluded from the equation. Based on the results of the study, the best model was chosen and the latent temporal effects were assessed.

Keywords: latent time effects, labor force levels, panel data.

Одной из характеристик трудового потенциала страны является количество и качество рабочей силы. В условиях демографического кризиса и миграционных процессов актуальна проблема определения условий трудовой привлекательности регионов и выявления экономических факторов, повышающих её. В данном исследовании показателем трудовой привлекательности региона для коренных жителей Y является доля рабочей силы на душу населения (отношение численности экономически активного населения к среднегодовой численности населения в данном регионе). В предыдущих работах [1, 2] был выявлен ряд факторов, влияющих на долю рабочей силы регионов Российской Федерации, затем по методологии [3] была построена лаговая модель панельных данных, выявляющая скрытые инди-

видуальные системные эффекты регионов. Задача настоящего исследования – в построенной в [1, 2] лаговой модели выявить скрытые временные эффекты, влияющие на состояние рабочей силы регионов России.

Объекты исследования – регионы РФ (кроме Республики Крым и г. Севастополя, так как данные по этим субъектам есть только с 2014 г.). Период исследования для экзогенных факторов с 2006 по 2017 год, для объяснённой переменной – с 2007 по 2018 год. Источник данных – статистический сборник Росстата [4]. Для оценки коэффициентов и статистических характеристик модели использовался пакет Eviews, уровень значимости 0,05.

В работе [1] исследовалась панель, содержащая переменную Y и девятнадцать независимых факторов. Выяснилось, что на численность рабочей силы на душу населения Y оказывают влияние следующие факторы: X_1 (инвестиции в основной капитал на душу населения), X_3 (фондовооруженность), X_4 (стоимость основных фондов на душу населения), X_5 (число свободных рабочих мест на душу населения), X_6 (число зарегистрированных организаций и предприятий на душу населения), X_8 (густота автомобильных дорог общего пользования с твёрдым покрытием), X_{10} (мощность врачебных амбулаторно-поликлинических учреждений), X_{12} (численность населения на одного врача), X_{14} (численность студентов высших учебных заведений на душу населения), X_{15} (число образовательных организаций высшего образования и научных организаций на душу населения), X_{16} (выпуск учащихся государственными и муниципальными дневными общеобразовательными учреждениями на душу населения), X_{17} (общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя).

В данном исследовании будем сравнивать уравнение лаговой модели сквозной регрессии, построенное на панели данных после исключения статистически незначимых факторов, с уравнением лаговой модели, построенным на панели данных после исключения статистически незначимых факторов, с индивидуальным эффектом каждого наблюдаемого года (временным эффектом).

Лаговое уравнение сквозной регрессии имеет вид

$$Y_{i(t+1)} = a_0 + \sum_{j \in \{1;3;4;5;6;8;10;12;14;15;16;17\}} a_{i,j} X_{i(t),j} + \varepsilon_{i(t)}, t = \overline{2006; 2017}. \quad (1)$$

После идентификации параметров уравнения (1) получаем

$$Y = 7,65 \cdot 10^{-8} X_1 - 6,61 \cdot 10^{-8} X_3 + 1,17 \cdot 10^{-7} X_4 + 0,9 X_5 + 0,96 X_6 - \\ - 1,1 \cdot 10^{-5} X_8 + 0,04 X_{10} - 13,17 \cdot 10^{-5} X_{12} + 0,34 X_{14} - \\ - 2075,25 X_{15} - 2,72 X_{16} + 319,41 \cdot 10^{-5} X_{17} + 0,46 + e. \quad (1')$$

Лаговое уравнение сквозной регрессии с индивидуальным эффектом $s_{(t)}$ каждого наблюдаемого года имеет вид

$$Y_{i(t+1)} = a_0 + \sum_{j \in \{1;3;4;5;6;8;10;12;14;15;16;17\}} a_{i,j} X_{i(t),j} + s_{(t)} + \varepsilon_{i(t)}, t = \overline{2006; 2017}. \quad (2)$$

После идентификации параметров уравнения (2) получаем

$$Y = 6,89 \cdot 10^{-8} X_1 - 4,8 \cdot 10^{-8} X_3 + 8,85 \cdot 10^{-8} X_4 + 1,16 X_5 + \\ + 0,95 X_6 - 9,51 \cdot 10^{-7} X_8 + 0,02 X_{10} - 15,06 \cdot 10^{-5} X_{12} + 0,22 X_{14} - \\ - 2425,33 X_{15} + 1,4 X_{16} + 419,28 \cdot 10^{-5} X_{17} + 0,43 + e. \quad (2')$$

Заметим, что $\bar{s} = 0,43$ – среднее значение индивидуальных эффектов каждого года наблюдаемого периода на промежутке времени $t = \overline{2006; 2017}$.

Статистические характеристики уравнений (1') и (2') приведены в таблице 1, из которой следует, что

- 1) линейная зависимость между зависимой переменной и регрессорами является умеренной для обоих уравнений,
- 2) оба уравнения значимы в целом,
- 3) в уравнении (1') все коэффициенты являются статистически значимыми,
- 4) в уравнении (2') статистически незначимыми являются переменные X_8 и X_{16} ,
- 5) для обоих уравнений статистика Дарбина – Уотсона показывает наличие автокорреляции в остатках,
- 6) для обоих уравнений значение статистики Жарке – Бера показывает, что гипотеза о нормальном распределении остатков уравнений регрессии принимается на выбранном уровне значимости,
- 7) по значениям информационных критериев Акайке и Ханнана – Куинна следует отдать предпочтение модели с индивидуальными фиксированными эффектами каждого года наблюдаемого периода.

Таблица 1. Основные статистические характеристики регрессионных моделей (1') и (2')

Характеристика	Модель	
	Модель сквозной регрессии	Модель с временным эффектом
R^2	0,52	0,55
Остаточная сумма квадратов (RSS)	0,76	0,71
F -статистика	85,39	49,90
Вероятность F -статистики	$4,29 \cdot 10^{-141}$	$1,83 \cdot 10^{-141}$
P_{X_1} – вероятность -статистики для переменной X_1	$7,4 \cdot 10^{-3}$	0,02
P_{X_3} – вероятность -статистики для переменной X_3	$1,3 \cdot 10^{-34}$	$5,26 \cdot 10^{-16}$
P_{X_4} – вероятность -статистики для переменной X_4	$1,1 \cdot 10^{-30}$	$2,79 \cdot 10^{-16}$
P_{X_5} – вероятность -статистики для переменной X_5	$5,92 \cdot 10^{-6}$	$1,28 \cdot 10^{-8}$
P_{X_6} – вероятность -статистики для переменной X_6	$1,49 \cdot 10^{-19}$	$6,21 \cdot 10^{-20}$
P_{X_8} – вероятность -статистики для переменной X_8	0,0016	0,8
$P_{X_{10}}$ – вероятность -статистики для переменной X_{10}	$5,23 \cdot 10^{-6}$	0,04
$P_{X_{12}}$ – вероятность -статистики для переменной X_{12}	$1,6 \cdot 10^{-7}$	$1,4 \cdot 10^{-9}$
$P_{X_{14}}$ – вероятность -статистики для переменной X_{14}	$3,13 \cdot 10^{-9}$	$12,73 \cdot 10^{-5}$
$P_{X_{15}}$ – вероятность -статистики для переменной X_{15}	$2,07 \cdot 10^{-5}$	$4,44 \cdot 10^{-7}$
$P_{X_{16}}$ – вероятность -статистики для переменной X_{16}	$1,78 \cdot 10^{-5}$	0,09
$P_{X_{17}}$ – вероятность -статистики для переменной X_{17}	$9,94 \cdot 10^{-24}$	$5,68 \cdot 10^{-32}$
Статистика Дарбина – Уотсона	0,55	0,51
Статистика Жарке – Бера	6028,56	6216,99
Информационный критерий Акайке	-4,26	-4,31
Информационный критерий Шварца	-4,20	-4,18
Информационный критерий Ханнана – Куинна	-4,24	-4,26

Выбор наилучшего уравнения из (1') и (2') осуществлялся с помощью критерия Вальда. Нулевая гипотеза: модель сквозной регрессии предпочтительнее модели с индивидуальными эффектами каждого года наблюдаемого периода. Конкурирующая гипотеза: модель с индивидуальными эффектами каждого года наблюдаемого периода предпочтительнее моде-

ли сквозной регрессии. Результат проверки гипотезы содержится в таблице 2, из которой следует, что уровне значимости 0,05 предпочтительна модель с индивидуальными фиксированными эффектами каждого года наблюдаемого периода.

Таблица 2. Наблюдаемые и критические значения тестов о выборе наилучшей модели

Тест	Значение		Вывод
	Наблюдаемое	Критическое	
F-тест Вальда	5,86	3,01	отклонена

В Таблице 3 содержатся значения отклонений от среднего временного эффекта и абсолютные значения. График динамики отклонения индивидуального эффекта каждого года наблюдаемого периода от среднего представлен на рисунке 1, а график динамики индивидуальных эффектов – на рисунке 2.

Полученные результаты показывают, что индивидуальные скрытые эффекты в каждом году наблюдаемого периода были положительными. При этом с 2012 года отклонение индивидуальных эффектов каждого года наблюдаемого периода $s_{(t)}$ от среднего эффекта $\bar{s}$ стало отрицательным, то есть влияние некоторого скрытого системного фактора на численность рабочей силы на душу населения с течением времени снижалось. Следует отметить, что величина скрытого индивидуального эффекта однократно увеличилась в 2010 году, а затем демонстрировало устойчивую нисходящую тенденцию.

Таблица 3. Индивидуальные эффекты каждого года наблюдаемого периода

Дата	Отклонения от среднего эффекта $\bar{s}$	Значение абсолютного индивидуального эффекта $s_{(t)}$
01.01.2006	0,0159	0,4459
01.01.2007	0,0157	0,4457
01.01.2008	0,0111	0,4411
01.01.2009	0,0066	0,4366
01.01.2010	0,0076	0,4376
01.01.2011	$6,4355 \cdot 10^{-5}$	0,43
01.01.2012	-0,0024	0,4276
01.01.2013	-0,0052	0,4248
01.01.2014	-0,0082	0,4218
01.01.2015	-0,0095	0,4205
01.01.2016	-0,0149	0,4151
01.01.2017	-0,0169	0,4131

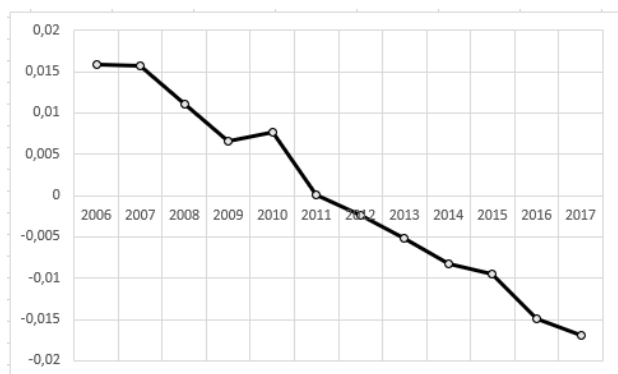


Рис. 1. График динамики отклонения индивидуальных эффектов каждого года наблюдаемого периода от среднего значения $\bar{s}$

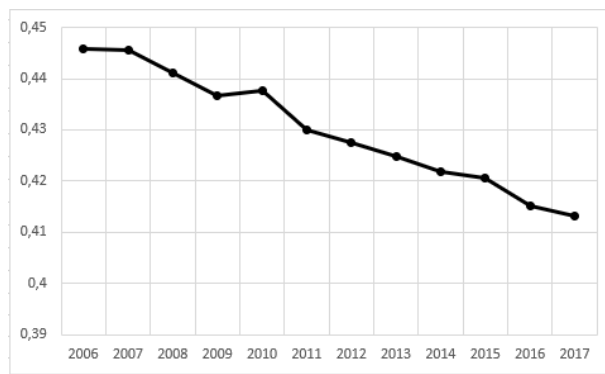


Рис. 2. График динамики индивидуальных эффектов каждого года наблюдаемого периода $s_{(t)}$

Библиографический список

1. Отбор факторов, влияющих на долю рабочей силы в общей численности населения на основе регрессионного метода исключения // Новые информационные технологии в научных исследованиях: материалы XXV Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, молодых ученых и специалистов; Рязань: ИП Коняхин А.В. (Book Jet), 2020. С. 47–49.
2. Давыдова Е.И., Лискина Е.Ю., Эконометрическое моделирование влияния экономических факторов на численность рабочей силы на душу населения // Математическое и компьютерное моделирование в экономике, страховании и управлении рисками. 2020. № 5. С. 71–76. Режим доступа: <https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2020/12/14/mkmesur2020.pdf> (дата обращения: 05.12.2021).
3. Вакуленко Е.С. Миграционные процессы в городах России: эконометрический анализ // Прикладная эконометрика. 2012. № 1 (25). С. 25–50.
4. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. 2006–2018 гг. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 28.11.2020).

УДК 338; ГРНТИ 71.01.14

АДАПТАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ К ДИСТАНЦИОННОЙ МОДЕЛИ ПРОДАЖ

Н.В. Алтынова

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, naltynova@mail.ru*

Аннотация. В работе рассматриваются особенности адаптации концепции экономики впечатлений к дистанционной модели продаж. Определяются ключевые аспекты смены модели потребления, уточняются составляющие экономики впечатлений, аргументирующие взаимосвязь бренда и потребителя. Постулируется о ценности и недостатках дистанционной модели продаж в данном императивном механизме. Делается акцент на роли искусственного интеллекта, как инструмента адаптации концепции экономики впечатлений к дистанционной модели продаж.

Ключевые слова: экономика впечатлений, дистанционная модель продаж, искусственный интеллект, персонализация.

ADAPTATION OF IMPRESSIONS ECONOMICS CONCEPT TO REMOTE SALES MODEL

N.V. Altynova

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, naltynova@mail.ru*

The summary. The examines the features of adapting the concept of impressions economics to a remote sales model. Key aspects of changing the consumption model are determined, the components of the impression economy that argue the relationship between the brand and the consumer are specified. It is postulated about the value and disadvantages of the remote sales model in this imperative mechanism. Emphasis is placed on the role of artificial intelligence as a tool for adapting the concept of impressions economics to a remote sales model.

Keywords: impression economics, remote sales model, artificial intelligence, personalization.

Экономика впечатлений, или экономика опыта – сравнительно новый термин, используемый с середины 2010-х гг. Впервые термин был употреблён Джозефом Пайном и Джеймсом Гилмором в книге «Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена».

Экономика впечатлений – это новая модель потребления, предполагающая снижение доли затрат потребителя на товары и увеличение – на услуги. Согласно исследованию, подготовленному компаниями «Eventbrite» и «Harris», 78% миллениалов охотнее тратят деньги

на опыт и впечатления, чем на вещи [1]. Согласно другому исследованию компании «PWC», потребители готовы платить на 16% больше за те товары и услуги, которые позволяют им получить более высокое качество обслуживания и приятные впечатления от процесса приобретения товара [2].

Причины смены модели потребления следующие:

1. Вещи больше не показывают статус. Если раньше можно было купить дорогую сумку и продемонстрировать таким образом статус некоторому кругу знакомых и друзей, то теперь статус демонстрируется через социальные сети неограниченному кругу читателей, и отличить правду от вымысла очень трудно. Вещи потеряли сакральный смысл.

2. Всевозможные сервисы долевого использования – каршеринг, долгосрочная аренда автомобилей, сервисы аренды гардероба, лизинг, плюс широкая доступность ипотеки и кредитов разделили владение предметом и пользование им. Если раньше, чтобы иметь возможность продемонстрировать друзьям дорогой смартфон, его нужно было купить, то теперь это не так. Существуют мнения, что через пару поколений потребители вообще не будут владеть товарами длительного пользования, а перейдут к пользованию ими через разнообразные сервисы подписки. Таким образом, покупать больше не престижно.

3. Падение (или по крайней мере, прекращение роста) доходов населения. Если раньше шопинг был развлечением, теперь это дорого для потребителя.

4. Коммодитизация. Смартфон за 15 и за 150 тыс., телевизор за 50 и за 500, джинсы за 3 и за 300 – внешне слабо отличимы. При этом стремление выделиться, показать свое превосходство, у потребителя осталось и должно каким-то образом удовлетворяться [3].

Процесс смены модели потребления начался до «эпохи COVID-19». Торговые центры начали выделять большую долю площадей под развлечения. При этом отмечался рост разнообразия форматов [4]:

- боулинги, лазер-таг, батутные центры, прочие псевдоспортивные арены.
- музеи (включая под открытым небом), временные экспозиции, интерактивные площадки. Сюда же относятся разного рода рорир – площадки брендов – как с актуальными коллекциями, так и с предметами из истории бренда.
- рестораны, фудкорты, фудмаркеты (разного рода рынки фермерских продуктов и т.д., зачастую с возможностью приготовить приобретенные продукты)
- тематические площадки для проведения мастер-классов

Важными элементами экономики впечатлений, создающими и поддерживающими связь потребителя с брендом, являются:

- персонализация. Потребитель должен чувствовать личную связь с брендом, получать персонализированные предложения, коммуницировать вне пределов процесса покупки
- вовлеченность. Интерактивные форматы гораздо более успешны, потребитель должен лично участвовать в процессе.
- мультисенсорность. В идеале, необходимо задействовать несколько чувств – зрение, слух, осязание, etc.

Дистанционная модель продаж также наращивала свою популярность в последние годы. Очевидные преимущества дистанционной модели продаж включают в себя:

- во-первых, широту ассортимента. Нет ограничений ни по размеру полки, ни по площади магазина;
- во-вторых, низкие затраты (отсутствие необходимости в аренде дорогостоящих площадей под магазины, меньшее количество персонала), что позволяет поддерживать более низкие цены в сравнении с офлайном;
- в-третьих, отсутствие географических ограничений;
- в-четвертых, возможность большей персонализации за счет сохранения истории покупок (и даже просмотров), что позволяет выстраивать потребительский опыт с учетом личных предпочтений.

В то же время, существуют и очевидные минусы дистанционной модели продаж:

- для ряда товаров, характерных индивидуальными особенностями и наличием размерных рядов (в первую очередь, для одежды и обуви) – отсутствие возможности примерки;
- снижение влияния продавца, т.к. процесс выбора и покупки товара преимущественно самостоятельный. Соответственно, частичная потеря возможности допродаж, upselling и прочих стандартных схем, применяемых в рознице;
- усиление коммодитизации. Свитер за 100 долларов и свитер за 500 долларов в интернете могут выглядеть одинаково, а если потребитель ни одного из этих свитеров не видел вживую, выбор очевиден в пользу более дешевого [5];
- снижение лояльности. Сменить один магазин на другой так же просто, как открыть окно браузера.

По большому счету, розница теперь борется в первую очередь не за деньги потребителя, а за его время и внимание. Время – единственный невосполнимый ресурс, а внимание у современного человека крайне нестабильно, непостоянно и легко рассеивается.

С введением ограничений на посещение магазинов и торговых центров дистанционная модель торговли стала резко набирать популярность. При этом запрос на впечатления не только не угас, а еще более возрос. В ситуации, когда ограничены передвижения, путешествия, многие другие привычные способы времяпрепровождения, а шопинг ушел в онлайн, розница вынуждена находить способы доставки впечатлений через дистанционные каналы.

Возможным ответом является создание так называемых «платформ впечатлений» (experience platforms). Данная концепция предполагает дальнейшую цифровизацию потребительского опыта вкупе с более глубокой персонализацией и использованием элементов искусственного интеллекта (AI). Задачей таких платформ будет кардинальная перестройка потребительского опыта с формата «запрос-ответ» к формату прогнозирования и предвосхищения нужд потребителя. Иными словами, ответ должен быть предложен раньше, чем будет задан (и, возможно, даже осознан) вопрос.

Крайне важную роль в работе таких платформ будет играть накопление больших массивов данных (big data), включающих в себя не только информацию о покупках конкретного потребителя в данном конкретном магазине, но и о покупках в других магазинах, о количестве членов семьи, их возрасте, роде занятий, и – в свою очередь – их покупках и предпочтениях.

На выходе, искусственный интеллект будет создавать индивидуальный опыт для каждого потребителя. Из конкретных инструментов могут использоваться следующие:

1. Создание конкретных товарных предложений. С учетом истории покупок, предполагаемой даты следующей покупки, бюджета, совместимости с ранее приобретенными товарами. Предложения могут носить как постоянный характер (потребитель видит отобранный для него ряд товаров, когда заходит на сайт), так и сезонный или специальный (в том числе дополненный скидками).

2. Визуализация. Уже существуют сервисы, позволяющие хранить данные о размерах, причем в 3D, и предлагать потребителю визуализацию конкретного предмета (скажем, одежды), его совместимости с другими предметами гардероба (в том числе ранее приобретенными). Такого рода элементы визуализации могут дополняться статичным или динамичным фоном (видео), позволяющим потребителю представить опыт пользования тем или иным товаром. Вплоть до выбора «декорации». Так, например, ювелирный бренд сможет показать, как именно будут блестеть камни в серьгах на премьере в Гранд-Опера. Фактически, рекламные ролики, которые раньше создавались под усредненного потребителя, смогут создаваться и под конкретного потребителя, и под конкретный товар.

3. Широкие возможности бренд-коммуникации. Для поддержания связи с потребителем вне процесса покупки (фактически, между покупками) ранее использовались предложения, усредненные по типу клиента, уровню дохода, возрасту и т.д. Условно говоря, предполагалось, что покупатели автомобилей Мерседес в среднем старше покупателей автомобилей БМВ, и в связи с этим более склонны любить оперу, коньяк и костюмы итальянских марок. На деле, однако, зачастую выяснялось, что большое количество покупателей Мерседесов

любят российские кинокомедии, пиво и одежду спортивного стиля. Влияние экономики впечатлений на потребительский опыт, вкупе с объемом информации о клиенте, который возможно собрать в рамках дистанционной модели взаимодействия, уже сейчас позволяет существенно расширить и персонализировать бренд коммуникации, фактически доведя количество вариантов такой коммуникации до бесконечного.

4. Расширение концепции капсульных коллекций и special edition. Концепция ограниченного предложения в последнее время была очень успешной, и имеет все шансы на дальнейшее развитие. Ощущение особенности и уникальности идеально вписывается в логику экономики впечатлений, предоставляя одновременно и улучшенный потребительский опыт, и персонализацию. Современные технологии позволяют производить товары с измененными характеристиками малыми и сверхмалыми партиями. В итоге, возможно будет производить уникальные товары, с персонализированным набором характеристик, под каждого конкретного потребителя. Very special edition.

5. Онлайн мероприятия. Вариантов уже множество, и постоянно разрабатываются новые: выставки и площадки, мастер классы, презентации, трансляции культурных мероприятий (спектакли, концерты), в том числе с интерактивными элементами и пр.

6. Персонализация услуг. Уже сейчас онлайн-кинотеатры предлагают каждому потребителю набор фильмов и сериалов, основываясь на истории просмотров. С развитием искусственного интеллекта, технологий машинного обучения, 3D визуализации, произойдут революционные изменения в процессе потребления развлечений.

Интерактивные фильмы и сериалы с множественностью вариантов развития сюжета. Потребитель будет иметь возможность выбрать направления развития сюжета. Фильм или сериал будет представлять из себя не линейный набор кадров, а систему с многими ответвлениями. Потребитель сможет пересматривать фильм много раз, выбирая различные варианты. Искусственный интеллект, самообучаясь, со временем запомнит паттерны мышления конкретного потребителя, и будет предлагать варианты самостоятельно.

Дальнейшее увеличение мощности вычислительных систем сделает возможным создание персонализированных, уникальных фильмов – с актерами, которые нравятся конкретному зрителю, сюжетными линиями, которые он предпочитает, и т.д.

Сервисы доставки еды смогут предлагать конкретному потребителю варианты блюд с учетом истории и предпочтений. Со временем, не ресторан будет предлагать выбрать из фиксированного набора блюд, а потребитель будет определять (а вернее, за него будет определять искусственный интеллект), что он хотел бы съесть, а рестораны будут соревноваться за право это ему приготовить.

В целом, на поверхности все будет выглядеть как тотальная цифровизация и «супер-персонализация», вплоть до создания уникальных товаров и уникальных услуг по совершенно рядовым ценам. На деле, однако, потребитель в итоге будет иметь лишь иллюзию выбора. Суперсистемы будущего, наиболее близкими прообразами которых сегодня являются Apple, Google и Amazon, получают тотальный контроль над информацией обо всех сторонах жизни потребителя – и не только как потребителя. В результате, предложенный потребителю выбор будет носить фактически декоративный характер.

Библиографический список

1. Barton, C., Koslow, L., Beauchamp C. How Millennials Are Changing the Face of Marketing Forever. – 15.01.2014 // BCG. – URL: <https://www.bcg.com/publications/2014/marketing-center-consumer-customer-insight-how-millennials-changing-marketing-forever> (дата обращения: 01.03.2021)
2. Experience is everything. Shape perception of the digital future. – PwC, 2018. – 18 p.
3. Бочкарева, Т. Россияне стали больше тратить на фоне второй волны пандемии. – 11.11.2020 // Rosbusinessconsulting (RBC). – URL: <https://www.rbc.ru/economics/11/11/2020/5faa72729a794761c15ada3d> (дата обращения: 01.03.2021)
4. Study: «How does online buying behavior change during a pandemic? » // Cossa. – URL: <https://www.cossa.ru/news/264470/> (дата обращения: 01.03.2021)
5. Ферни, Дж. Принципы розничной торговли / Джон Ферни, Сюзанна Ферни, Кристофер Мур; [пер. с англ. У. Сапциной]. – М.: Олимп-Бизнес, 2008. – 402 с.

УДК 330.4; ГРНТИ 06.35.51

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ АНАЛИЗА ВЗАИМОСВЯЗИ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ОБЪЕМОВ КРЕДИТОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СТАТИСТИКИ ЗАПРОСОВ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

И.А. Силантьева

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина,
Российская Федерация, Рязань, irinasilantevais@yandex.ru*

Аннотация. В работе рассматривается один из способов прогнозирования кредитования населения, заключающийся в применении метода взаимосвязи временных рядов с использованием статистики запросов поисковой системы Google. Приводятся основные результаты, полученные при построении моделей различного вида, а также выбор наилучшей модели для дальнейшего исследования обозначенной проблемы.

Ключевые слова: временные ряды, кредиты, кредитование населения, запросы, статистика GoogleTrends.

APPLICATION OF METHODS FOR ANALYZING THE RELATIONSHIP OF TIME SERIES TO PREDICT THE VOLUME OF LENDING TO THE POPULATION USING SEARCH ENGINE QUERY STATISTICS

I.A. Silanteva

*Ryazan State University named after S. A. Yesenin,
Russian Federation, Ryazan, irinasilantevais@yandex.ru*

Abstract. In this paper, we consider one of the ways to predict the crediting of the population, which consists in applying the method of the relationship of time series using the statistics of queries of the Google search engine. The main results obtained in the construction of various types of models are presented, as well as the choice of the best model for further research of the indicated problem.

Keywords: time series, loans, population lending, queries, GoogleTrends statistics.

Одной из актуальных проблем современной экономики является анализ и прогнозирование дальнейшего развития ее отдельных областей и категорий. Одним из способов решения данной проблемы является сбор и анализ запросов поисковых систем по интересующей теме для прогнозирования дальнейшего развития экономической системы страны/субъекта/предприятия. Примерами сервисов для сбора информации по количеству (рейтингу) запросов могут служить сайты GoogleTrends, GoogleADS, Wordstat.yandex.ru, статистика поисковых запросов Mail.ru (<http://webmaster.mail.ru/querystat>), статистика поисковых запросов Bing (<https://www.bing.com/toolbox/keywords>) и т.д.

Целью данной работы является построение наилучшей модели взаимосвязи между запросами физических лиц по кредитам и объемами кредитов, выданных физическим лицам, для прогнозирования динамики дальнейшей заинтересованности физических лиц в кредитовании.

На первом этапе исследования для Центрального федерального округа за каждый месяц в период с января 2015 г. по январь 2020 г. были отобраны следующие данные:

- официальные статистические данные по кредитованию физических лиц с сайта Федеральной службы государственной статистики[1] (данные за месяц, в млн. руб.) – переменная Y_t ;
- количество запросов по ключевому слову «Кредит» с сервиса GoogleTrends (баллы, показывающие интерес к выбранной теме)[2] – переменная X_t .

На рисунках 1 и 2 показаны графики зависимости кредитования (в млн. руб.) и запросов с сервиса GoogleTrends (в баллах) от времени.

Из графика на рисунке 1 видно, что пик выдачи банком денежных средств физическим лицам приходится на 1-е число января для каждого года, после чего (в начале нового

Коррелограммы для найденных коэффициентов автокорреляции показаны на рисунках 3 и 4.

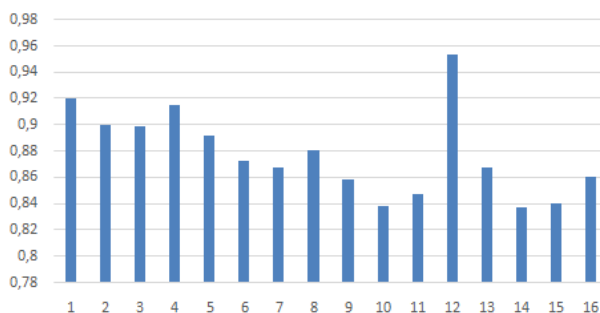


Рис. 3. Коррелограмма временного ряда Y_t – кредиты

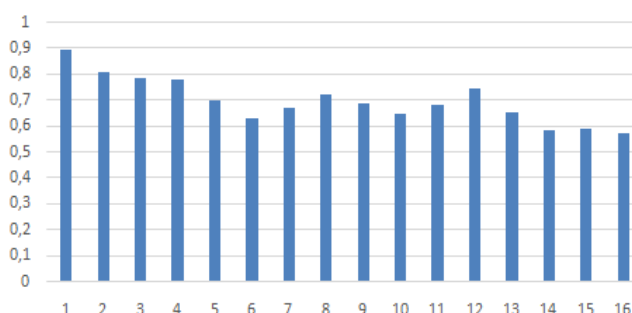


Рис. 4. Коррелограмма временного ряда X_t – запросы

Как видно из представленных таблиц 1 и 2, полученные значения $r_Y(1) = 0,92$, $r_X(1) = 0,89$, что говорит о наличии линейного тренда в обоих временных рядах. Для временного ряда Y_t следующий максимальный статистически значимый коэффициент автокорреляции $r_Y(12) = 0,95$, что говорит о наличии годового цикла у этого временного ряда. У временного ряда X_t наблюдается два следующих статистически значимых максимальных коэффициента автокорреляции: $r_X(8) = 0,72$ и $r_X(12) = 0,7$, что говорит о сложной структуре этого временного ряда.

При выделении структурных компонент у указанных временных рядов были построены следующие модели:

- тренд-сезонная модель на основе фиктивных переменных (для кредитов)

$$Y_t = at + \sum_{i=1}^{12} c_i z_{i,t}, \quad z_{i,t} = \begin{cases} 1, & t = i + 12k; \\ 0, & t \neq i + 12k; \end{cases} \quad i = \overline{1; 12}; \quad k \in \mathbf{N} \cup \{0\};$$

- модель с простым трендом (для запросов GoogleTrends) $X_t = a + bt$;
- модель с линейным трендом двойной структуры (для запросов GoogleTrends)

$$X_t = a + bt + c_1 z_{1,t} + c_2 z_{2,t}, \quad z_{1,t} = \begin{cases} 1, & t = \overline{4; 25}; \\ 0, & t \neq \overline{4; 25}; \end{cases} \quad z_{2,t} = \begin{cases} 1, & t = \overline{26; 60}; \\ 0, & t \neq \overline{26; 60}; \end{cases}$$

- модель со структурными сдвигами без линейного тренда (для запросов GoogleTrends)

$$X_t = a + c_1 z_{1,t} + c_2 z_{2,t}, \quad z_{1,t} = \begin{cases} 1, & t = \overline{4; 25}; \\ 0, & t \neq \overline{4; 25}; \end{cases} \quad z_{2,t} = \begin{cases} 1, & t = \overline{26; 60}; \\ 0, & t \neq \overline{26; 60}; \end{cases}$$

Тренд-сезонная модель на основе фиктивных переменных (для кредитов) имеет уравнение

$$Y_t = 15101,96t + \sum_{i=1}^{12} c_i z_{i,t} + e_t, \quad z_{i,t} = \begin{cases} 1, & t = i + 12k; \\ 0, & t \neq i + 12k; \end{cases} \quad i = \overline{1; 12}; \quad k \in \mathbf{N} \cup \{0\}. \quad (1)$$

Значения коэффициентов c_i представлены в таблице 3, а её основные статистические характеристики представлены в таблице 4.

Таблица 3. Значения коэффициентов z_i для тренд-сезонной модели

i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
c_i	190931	248558	341158	3562101	326029	340003	356967	380924	349287	380675	369439	506838

Таблица 4. Статистические характеристики уравнения (1)

Модель/показатель	R^2	P -значение F -статистики	P -значение для переменных	A	DW -статистика
Уравнение (1)	0,99	$5,28 \cdot 10^{-51}$	Все переменные значимые	0,06	0,64

В таблице 5 приведены уравнения и статистические показатели (коэффициент детерминации R^2 , P -значение F -статистики, P -значения для переменных, средняя ошибка аппроксимации A , коэффициент Дарбина – Уотсона DW) для моделей, определяющих зависимость запросов GoogleTrends от времени.

Таблица 5. Значения показателей моделей зависимости запросов от времени

Показатель \ Модель	Простой линейный тренд	Линейный тренд с двумя структурными сдвигами	Модель со структурными сдвигами без учёта времени
Уравнение	$X_t = a + bt$	$X_t = a + bt + c_1z_1 + c_2z_2$	$X_t = a + c_1z_1 + c_2z_2$
R^2	0,72	0,87	0,86
P -значение F -статистики	$1,2 \cdot 10^{-17}$	$1,7 \cdot 10^{-24}$	$7,1 \cdot 10^{-25}$
P -значение для a	$4,9 \cdot 10^{-56}$	$1,3 \cdot 10^{-42}$	$1,2 \cdot 10^{-42}$
P -значение для b	$1,2 \cdot 10^{-17}$	0,06	-
P -значение для c_1	-	0,01	$1,4 \cdot 10^{-5}$
P -значение для c_2	-	$1,3 \cdot 10^{-9}$	$2,3 \cdot 10^{-17}$
A	0,04	0,03	0,03
DW -статистика	0,8	1,4	1,4

Из таблицы 5 видно, что наиболее подходящей моделью для дальнейшего исследования зависимости запросов по кредитам, взятых с сервиса GoogleTrends, от времени является модель со структурными сдвигами без учёта времени. Уравнение модели имеет вид

$$X_t = 70,7 + 9,2z_1 + 22,9z_2 + \varepsilon_t, z_{1,t} = \begin{cases} 1, & t = \overline{4; 25}, \\ 0, & t \neq \overline{4; 25}; \end{cases} z_{2,t} = \begin{cases} 1, & t = \overline{26; 60}, \\ 0, & t \neq \overline{26; 60}. \end{cases} \quad (2)$$

Затем была построена модель парной линейной регрессии для остатков уравнений (1) и (2). Диаграмма рассеяния остатков уравнений (1) и (2) показана на рисунке 5. Статистические показатели для построенной модели приведены в таблице 6.

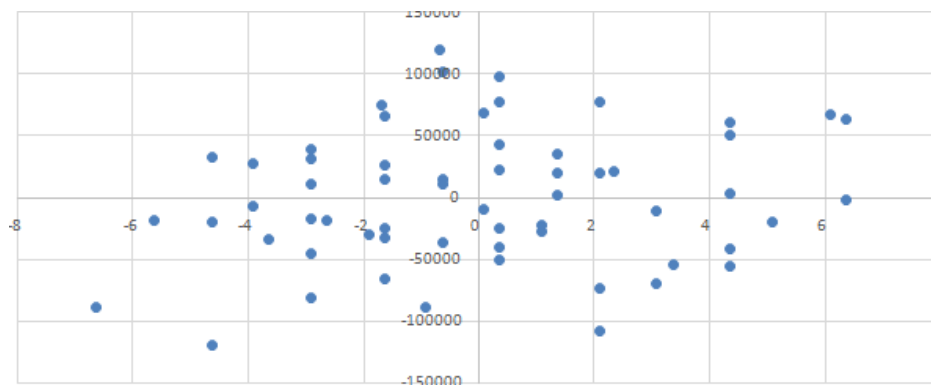


Рис. 5. Диаграмма рассеяния остатков уравнений (1) и (2)

Таблица 6. Значения показателей модели парной регрессии

Уравнение /показатель	R^2	Р-значение F-статистики	Р-значение для α	Р-значение для β
$e_t = \alpha + \beta \varepsilon_t$	0,0002	0,91	1	0,91

На основании результатов таблицы (6) можно сделать вывод о том, что данная методом отклонения от тренда не удалось установить статистическую взаимосвязь между временными рядами Y_t и X_t .

На третьем этапе выявление взаимосвязей между временными рядами Y_t и X_t было выполнено методом включения времени в тенденцию. С помощью инструмента «Анализ данных. Регрессия» были построены следующие уравнения трендов с учётом времени: линейная, квадратичная, гиперболические, экспоненциальная. Для каждого тренда найдены Р-значения уравнения в целом и каждого коэффициента, коэффициент детерминации R^2 и значение статистики Дарбина – Уотсона.

Полученные результаты представлены в таблице 7.

Таблица 7. Статистические характеристики трендов с включённым временем

Тренд	Уравнение тренда	Р-значение F-статистики	R^2	Значимость коэффициентов	DW-критерий
Линейный	$Y_t = aX_t + c$	$4,36 \cdot 10^{-30}$	0,91	Не все значимые	0,48
Квадратичный	$Y_t = aX_t^2 + bt + c$	$6,74 \cdot 10^{-29}$	0,91	Не все значимые	0,51
Гиперболический-1	$Y_t = c + bt + \frac{a}{X_t}$	$5,12 \cdot 10^{-30}$	0,91	Не все значимые	0,02
Гиперболический-2	$Y_t = \frac{1}{c + aX_t + bt}$	$9,09 \cdot 10^{-28}$	0,89	Все значимые	1
Экспоненциальный	$Y_t = e^{aX_t + bt + c}$	$7,15 \cdot 10^{-33}$	0,92	Все значимые	1,42

Из таблицы 7 следует, что наиболее подходящей для дальнейшего использования является модель с экспоненциальным трендом $Y_t = e^{aX_t + bt + c}$. Её оценка имеет вид

$$Y_t = e^{0,012X_t + 0,016t + 12} + \varepsilon_t.$$

Библиографический список

1. Сведения о размещенных и привлеченных средствах. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. Режим доступа: <https://cbr.ru/statistics/table/?tableId=302-02M&dt=20190101> (дата обращения: 18.10.2020).
2. Кредиты – Анализ – GoogleTrends. [Электронный ресурс] // GoogleTrends. Режим доступа: <https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU&q=Кредиты> (дата обращения: 18.10.2020).

УДК 33.338.28; ГРНТИ 06.54.31

КОНТРОЛЛИНГ КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.Е. Митенкова, В.П. Никулова

ФГБОУ ВО Коломенский институт (филиал)

Московского политехнического университета

Российская Федерация, г. Коломна, lena-mitenkova10@rambler.ru

Аннотация. В данной работе исследована роль контроллинга в максимизации эффективности инновационной деятельности предприятия и в минимизации ее рисков; исследованы задачи и функции контроллинга инновационного развития предприятия, обоснована необходимость применения контроллинга в сфере машиностроения.

Ключевые слова: контроллинг, инновационная деятельность, предприятие, машиностроение

CONTROLLING AS THE MOST IMPORTANT COMPONENT INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

A.E. Mitenkova, V.P. Nikulova

Kolomna Institute (Branch) of Moscow Polytechnic University

Russian Federation, Kolomna, lena-mitenkova10@rambler.ru

Abstract. In this paper, the role of controlling in maximizing the effectiveness of the innovation activity of the enterprise and in minimizing its risks is investigated; the tasks and functions of controlling the innovative development of the enterprise are investigated, the necessity of using controlling in the field of mechanical engineering is justified.

Keywords: controlling, innovation, enterprise, machine building

Введение

Актуальность применения процесса контроллинга состоит в необходимости рационального распределения затрат на инновационную деятельность. Важность процесса контроллинга инноваций на предприятии заключается в создании эффективной системы управления затратами в его инновационной деятельности.

Под инновацией понимается конечный результат инновационной деятельности, выражающийся в виде нового или усовершенствованного продукта или технологического процесса. Следует отметить, что многие экономисты не признают доминирующей роли инновации в процессе развития предприятия. В частности известный американский бизнес-консультант, Дж. Коллинз считает, что технологии являются лишь ускорителем роста предприятия, а не его причиной [1].

Однако, как показывает практика, инновационная деятельность предприятия обуславливает рост качества выпускаемой продукции, её конкурентоспособности и рост конкурентоспособности предприятия в целом. И, наоборот, отказ от инновации приводит к увеличению затрат на выпускаемую продукцию, а, следовательно, и повышению её себестоимости, что является нежелательным явлением для предприятий.

В рамках предлагаемого исследования обоснована необходимость использовать контроллинг в инновационной деятельности предприятия с целью обеспечения рационального распределения затрат.

Решение проблемы формирования контроллинга как составляющей инновационной деятельности предприятия

Максимизировать эффективность инновационной деятельности и в то же время минимизировать риски помогает процесс контроллинга, под которым понимается система управления процессом достижения конечных целей предприятия и результатов его деятельности [1]. Не следует отождествлять данное понятие с понятием «контроль», поскольку кон-

троль предполагает фиксацию и оценку уже свершившихся фактов, а контроллинг предполагает управление изменениями.

Исследование сущности понятия «контроллинг»

Контроллинг необходим для обеспечения менеджеров различных уровней методической и информационной поддержкой в процессе разработки и принятия управленческих решений в области инновационной деятельности предприятия на основе анализа и прогноза технико-экономических показателей его развития.

Основными функциями контроллинга инновационного развития предприятия являются [4]:

- создание и своевременная актуализация информационной базы, содержащей информацию о разработках, аналогах и о технических, организационных и финансовых возможностях предприятия реализовать инновацию;
- разработка методики анализа и оценки достижения стратегических целей предприятия, для эффективного управления инновационным процессом;
- разработка систем показателей для выявления инновационного потенциала предприятия, для взаимоувязки целей инновационной деятельности и стратегии предприятия, а также для оценки эффективности инноваций;
- разработка форм отчетности руководству о ходе инновационного процесса;
- координация всех подразделений на предприятии, участвующих в инновационном процессе.

Первостепенной задачей процесса контроллинга на предприятии является формирование технологий управления затратами, использующих инновацию как элемент управленческого цикла.

Следует отметить, что:

- в целях оптимизации затрат необходимо правильно определить момент введения инновации;
- необходимо создать информационную и организационную структуры предприятия, чтобы иметь возможность решить базовые проблемы его развития, предопределяющие стабильные успехи в настоящем и будущем.

Исследование необходимости применения контроллинга в инновационной деятельности предприятий

О необходимости применения контроллинга свидетельствует динамика затрат на инновационную деятельность в сфере машиностроения по видам производства в 2017-2019 гг., представленная в таблице 1.

Таблица 1. Динамика затрат на инновационную деятельность в сфере машиностроения по видам производства

Виды производства в сфере машиностроения	Сумма, млн. руб., 2017	Сумма, млн. руб., 2018	Сумма, млн. руб., 2019	Темп изм.,% 2018/2017	Темп изм.,% 2019/2018	Темп изм.,% 2019/2017
Производство машин и оборудования	13 895,2	15 716,5	22 310,3	113,11	141,95	160,56
Производство авто-транспортных средств	32 190,0	38 793,6	32 726,4	120,51	84,36	101,67
Производство прочих транспортных средств и оборудования	64 071,7	71 967,8	99 990,8	112,32	138,94	156,06
Итого	110156,9	126477,9	155027,5	-	-	-

Таблица составлена автором по данным [5].

По данным таблицы 1 можно сделать вывод о том, что затраты на инновационную деятельность в сфере машиностроения по всем рассмотренным видам производства, кроме производства автотранспортных средств, ежегодно растут. Анализ данных таблицы 1 показывает, что:

- в анализируемом периоде величина затрат на инновационную деятельность в производстве прочих транспортных средств и оборудования возросла на 35919,1 тыс. руб. или на 56,06 %;
- в анализируемом периоде величина затрат на инновационную деятельность в производстве автотранспортных средств незначительно возросла на 536,4 тыс. руб. или на 1,67 %;
- в анализируемом периоде величина затрат на инновационную деятельность в производстве машин и оборудования возросла на 8415,1 тыс. руб. или на 60,56 %.

Стоит отметить, что, несмотря на опережающий рост вложений в инновационную деятельность по производству машин и оборудования, они остаются наименьшими по сравнению с другими видами производства.

В наглядном виде динамика затрат на инновационную деятельность в сфере машиностроения по видам производства представлена на рисунке 1.

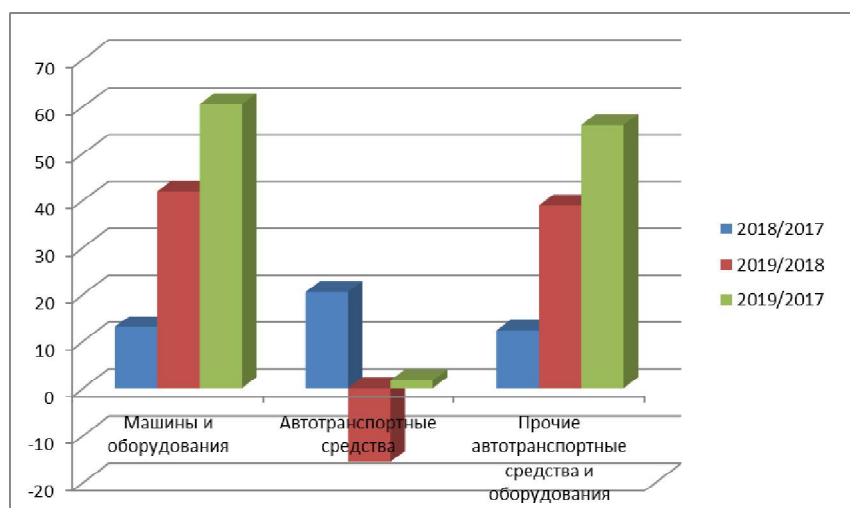


Рис. 1. Динамика затрат на инновационную деятельность в сфере машиностроения по видам производства, %

Динамика структуры затрат на инновационную деятельность в сфере машиностроения по видам производства представлена в 2017-2019 гг.

Таблица 2. Динамика структуры затрат на инновационную деятельность в сфере машиностроения по видам производства

Виды производства в сфере машиностроения	Уд. вес, % 2017 год	Уд. вес,% 2018 год	Уд. вес,% 2019 год	АО, % 2018/2017	АО, % 2019/2018	АО,% 2019/2017
Производство машин и оборудования	12,61	12,43	14,39	- 0,18	1,96	1,78
Производство автотранспортных средств	29,22	30,67	21,11	1,45	- 9,56	- 8,11
Производство прочих транспортных средств и оборудования	58,16	56,90	64,50	- 1,26	7,60	6,34
Итого	100,00	100,00	100,00	-	-	-

Таблица составлена автором по данным таблицы 1.

Анализ данных таблицы 2 показывает, что:

- в анализируемом периоде наибольший удельный вес имели затраты на инновационную деятельность в производстве прочих транспортных средств и оборудования, их удельный вес за анализируемый период увеличился на 6,34 %;
- в анализируемом периоде удельный вес затрат на инновационную деятельность в производстве автотранспортных средств снизился на 8,11 %, что является неблагоприятной тенденцией;
- наименьший удельный вес в структуре затрат на инновационную деятельность имеют затраты на производство машин и оборудования, но несмотря на это, их удельный вес в анализируемом периоде незначительно вырос на 1,78%, что является благоприятной тенденцией.

В наглядном виде динамика структуры затрат на инновационную деятельность в сфере машиностроения по видам производства представлена на рисунке 2.

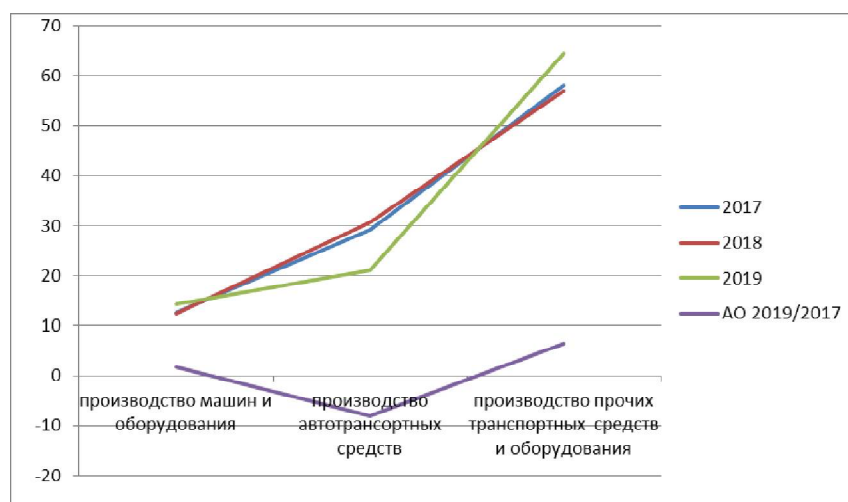


Рис. 2. Динамика структуры затрат на инновационную деятельность в сфере машиностроения по видам производства, %

В процессе разработки и внедрения контроллинга, основанного на оптимизации затрат на инновационную деятельность, важно определить момент введения инновации, который зависит от различных факторов, среди которых важное место занимает сфера деятельности предприятия.

Стоит отметить, что в современной практике контроллинга инновация выступает как объект управленческого процесса, а не его отдельный элемент. В свою очередь, в России активно распространяются комплексные информационные системы, включающие в себя контроллинговую компоненту разработки как зарубежных фирм, так и отечественных производителей [3].

Выводы

Таким образом, использование процесса контроллинга в инновационной деятельности предприятий имеет ряд преимуществ, а именно: предприятие получает возможность использовать будущие благоприятные условия для достижения своих целей, своевременно выявлять существующие и возникающие проблемы, вовремя реагировать на внезапные изменения во внешней среде, а также с внедрением контроллинга у предприятия появляется возможность улучшить координацию действий в своей работе, что позволит предприятию в целом долго и успешно функционировать на рынке.

Библиографический список

1. Данилочкина Н.Г., Смирнов А.В. Контроллинг как инновационный инструмент оценки закупочной деятельности // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. - №2, 2019. С.52-55
2. Коллинз Дж. От хорошего к великому: Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет // Пер. с англ. П. Павловского. - СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2017.
3. Статистика науки и инноваций // Под ред. Л.М. Гохберга. - М.: Центр исследований и статистики науки, 2018.
4. Галимов, И. А. Контроллинг в инновационной деятельности предприятия / И. А. Галимов, Э. Ф. Валитова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2014. — № 21 (80). — С. 290-291. — URL: <https://moluch.ru/archive/80/14520/> (дата обращения: 18.01.2021).
5. Федеральная служба государственной статистики Росстат / Наука и инновации — URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14477> (дата обращения: 19.01.2021).

УДК 338.2; ГРНТИ 06.81

РОЛЬ КОНТРОЛЛИНГА В РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.И. Голева, В.И. Голев

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, natasgoleva@yandex.ru, golev.v@yandex.ru*

Аннотация. В работе рассматриваются сущность и задачи контроллинга инвестиций. Приводятся бизнес - процессы управления инвестициями и основные риски при управлении инвестиционными проектами.

Ключевые слова: контроллинг, инвестиционная политика, бизнес-процессы управления инвестициями, управление рисками

THE ROLE OF CONTROLLING IN THE IMPLEMENTATION OF INVESTMENT PROJECTS OF THE ENTERPRISE

N.I. Golev, V.I. Golev

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, natasgoleva@yandex.ru, golev.v@yandex.ru*

Annotation. The paper considers the essence and tasks of controlling investments. The business processes of investment management and the main risks in the management of investment projects are presented.

Keywords: controlling, investment politica, lissues-the process of investment management, risk management

Осуществление инвестиционной деятельности компаний требует глубоких знаний теории и практики принятия управленческих решений в области инвестиций. Весьма важным аспектом в этой ситуации является грамотная инвестиционная политика конкретного предприятия или организации. Вложение средств в инвестиционные проекты может быть направлено на различные цели, это могут быть инвестиции в модернизацию производства, в приобретение нового оборудования или расширение действующего производства за счет строительства новых цехов или производств. На протяжении всего жизненного цикла инвестиционного проекта требуется грамотное управление инвестиционным проектом.

Средством выработки оперативных управленческих решений в реализации инвестиционных проектов, принятия предупредительных мер по снижению рисков, оценке, мониторингу и контролю исполнения инвестиционного проекта служит контроллинг инвестиций.

Сущность и задачи контроллинга инвестиций

В экономической литературе однозначного определения понятия "контроллинг" не представлено. Однако рядом авторов [1,2] признается, что его появление стало результатом развития теории современного менеджмента и представляет новую концепцию управления. Контроллинг направлен на формирование у руководителей нового образа мышления в целях эффективного использования ресурсов и развития предприятия в долгосрочной перспективе.

В системе контроллинга изменяются подходы к сбору и анализу информации, появляется такое понятие как "центры ответственности". Центр ответственности — это подразделение предприятия, в котором ответственность за финансово-хозяйственные результаты деятельности подразделения возлагаются на менеджера, которому делегированы соответствующие полномочия.

Концепцию учета по центрам ответственности впервые выдвинул американский ученый Джон Хиггинс, он писал, что учет затрат по центрам ответственности — это система бухгалтерского учета, которая перекраивается организацией так, что затраты аккумулируются и отражаются на определенных уровнях управления. Знаменитое правило Джона Хиггинса гласит: «Каждую структурную единицу предприятия обременяют те, и только те расходы или доходы, за которые она может отвечать и которые контролирует» [4].

По сложившемуся опыту различных предприятий центры ответственности классифицируются по объему и типу сложившихся затрат. Согласно этого признака можно выделить четыре типа центров ответственности: центры затрат; центры доходов; центры прибыли; центры инвестиций. В ходе управления затратами центра инвестиций анализируются затраты и доходы инвестиционной деятельности, обеспечивается минимизация риска принимаемых инвестиционных решений.

Главная задача контроллинга инвестиций заключается в обеспечении целей предприятия в сфере инвестиционной деятельности. Карминский А.М. [1] к инвестиционному контроллингу относит такие направления как:

- планирование и координацию инвестиционной деятельности в рамках стратегического и оперативного планирования на предприятии;
- инициирование новых инвестиционных проектов и выработка предложений по их реализации; в первую очередь это относится к новым инвестиционным проектам, обеспечивающим долгосрочные потенциалы успеха;
- реализация инвестиций и сопровождение проектов (проект-контроллинг);
- контроль за реализацией инвестиционных проектов, включающий текущие проверочные расчеты, а также контроль бюджета инвестиционного проекта.

Бизнес-процессы управления инвестициями

Жизненный цикл проекта (время от момента появления проекта и до момента его завершения) является исходным понятием для исследования проблем финансирования работ по проекту и принятия соответствующих решений. Укрупнено жизненный цикл проекта можно разделить на три основные части: преинвестиционную, инвестиционную и эксплуатационную.

Процессную область «управление инвестициями» на примере предприятии можно представить в виде неких бизнес-процессов управления, как показано на рисунке 1:

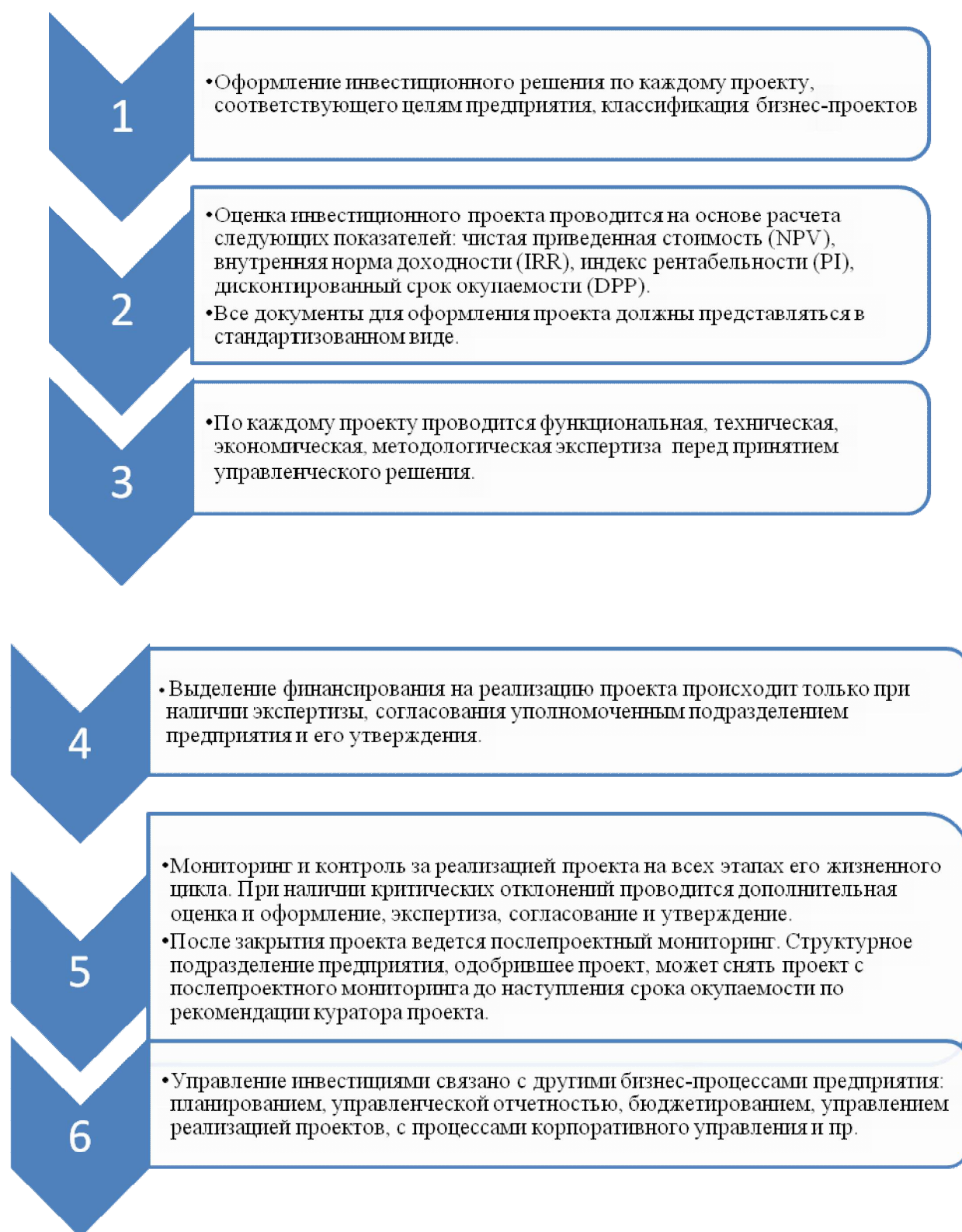


Рис. 1. Бизнес-процессы в управлении инвестициями (составлен авторами по материалам предприятия [5])

Немаловажной задачей инвестиционного контроллинга, как было отмечено ранее, является создание системы текущего контроля рисков инвестиционного проекта. По мнению Тепляковой Т.Ю., "управление рисками – комплекс мероприятий, включающих идентификацию, анализ, снижение и мониторинг рисков, с целью снижения отклонения фактических показателей реализации проекта от их запланированных значений" [2].

Системность подхода в управлении рисками заключается в выявлении основных рисков и их минимизации на каждом этапе управления инвестициями. Управление рисками связано с проведением комплексной экспертизы проекта от стадии проектирования до его представления на утверждение, с мониторингом и контролем проекта на протяжении жизненного цикла проекта.

Риски инвестиционных проектов можно классифицировать по разным признакам: по степени влияния участников на факторы риска (внешние и внутренние риски), по видам, по стадиям жизненного цикла проекта, по источникам возникновения, по финансовым последствиям, по характеру проявления во времени, по уровню финансовых потерь, по возможности страхования, по возможности предвидения и т.д. Для оценки рисков используются разнообразные методы, которые можно разделить на качественные и количественные.

К основным видам рисков, являющихся объектом управления инвестициями при внедрении контроллинга можно отнести:

1. Риск несоблюдения сроков реализации проекта, что отрицательно отразится на выполнении бизнес-плана предприятия и может привести к юридическим коллизиям, финансовым потерям, имиджевыми потерями перед инвесторами и акционерами.

Контроллинг инвестиций для снижения или минимизации указанного риска должен включать в себя мониторинг и контроль графиков реализации проекта, разработку мероприятий по данным мониторинга, оценку факторов, повлиявших на изменение графика хода проекта.

2. Превышение стоимости проекта. Превышение стоимости проекта приводит к снижению показателей эффективности инвестиционного проекта, сроков его окупаемости вплоть до заключения о неэффективности проекта.

Задача контроллинга инвестиций будет заключаться в экспертизе прогнозов и фактических изменений элементов затрат инвестиционного проекта и оценке влияния на результаты проекта. Могут использоваться как экспертные методы оценки рисков, так и такие количественные методы. Объектом контроллинга должны быть объемы финансирования, исполнение бюджета проекта.

3. Не достижение показателей эффективности инвестиционного проекта, которое может быть результатом влияния разнообразных факторов, в частности, результатом операционного риска. Этот вид риска генерируется неэффективным финансированием текущих затрат, ростом текущих затрат на стадии эксплуатации проекта, высоким коэффициентом операционного леввериджа и операционного риска вследствие этого. Неблагоприятные изменения конъюнктуры товарного рынка (цена, объемы продаж) приводят к уменьшению чистого денежного потока от операционной деятельности.

В рамках контроллинга должна проводиться экспертная и количественная оценка возможных изменений показателей, влияющих на денежные потоки инвестиционного проекта и показателей экономической эффективности. Осуществляется мониторинг, как внешней среды организации, так и внутренней среды. Применяются количественные методы оценки рисков, такие как метод чувствительности, метод сценариев, метод имитационного моделирования для изучения влияния различных факторов на критерии эффективности инвестиционного проекта, оцениваются точка безубыточности и точка безопасности проекта. На основе выявленных неблагоприятных факторов проводится корректировка инвестиционного проекта, разрабатываются технические, организационные, маркетинговые мероприятия с целью обеспечения эффективности инвестиционного проекта и снижения риска.

4. Риски инвестиционного проекта могут возникнуть из-за несовершенства методологии процесса управления инвестициями. Важным элементом эффективности контроллинга инвестиционных проектов является разработка нормативных внутренних документов, содержащих классификацию типовых инвестиционных проектов и типовых моделей управлений ими, порядок рассмотрения и одобрения инвестиционных проектов, методики монито-

ринга выполнения инвестиционных проектов на разных стадиях жизненного цикла: ответственных за процедуру контроллинга, периодичность контроллинга, показатели, методики анализа и принятия управленческих решений.

Таким образом, задачи контроллинга инвестиций предусматривают необходимость системного планирования и контроля инвестиционных проектов, т.е. разработку методов проведения инвестиционных расчетов и оценку рисков, а также контроль данных, наиболее важных для принятия решений.

Библиографический список

1. Контроллинг: учебник/А.М. Карминский, С.Г. Фалько, А.А. Жеваго, Н.Ю. Иванова; под ред. А.М. Карминского, С. Г. Фалько.-М.: Финансы и статистика, 2006.-336с.
2. Контроллинг : учебное пособие / Т. Ю. Теплякова. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 143 с.
3. Карминский А.М., Оленев Н.И., Примак А.Г., Фалько С.Г. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 256 с.
4. Карпова Т.Р. Управленческий учет.-URL: <https://booksee.org/book/634060>.- Текст: электронный.
5. Политика компании ОАО "Роснефть" по управлению инвестициями. - URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/P3-03_P-01_V-1-00.pdf -Текст: электронный.

УДК 330.4, 51-7; ГРНТИ 06.39, 06.52

МОДЕЛЬ ПОТОКА ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА

П.В. Горшков

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина,
Российская Федерация, Рязань, julu13@yandex.ru*

Аннотация. Решается задача вычисления потока объемов производства. Использована модель Леонтьева с дискретным временем без акселератора инвестиций. Предполагается, что матрица прямых затрат постоянна. Получены условия существования устойчивых стационарного и периодического потоков. Сопутствующие вычислительные процедуры реализованы в пакете компьютерной алгебры.

Ключевые слова: динамическая модель Леонтьева, поток объемов производства, разностные уравнения, устойчивость.

PRODUCTION VOLUME FLOW MODEL

P.V. Gorshkov

*Ryazan State University named after S.A. Esenin,
Russia, Ryazan, julu13@yandex.ru*

The summary. The problem of calculating the flow of production volumes is solved. The Leontiev model with discrete time is used without an investment accelerator. The direct cost matrix is assumed to be constant. Conditions for the existence of stable stationary and periodic flows are obtained. The accompanying computational procedures are implemented in the computer algebra package.

Keywords: dynamic Leontiev model, production volume flow, difference equations, stability.

Рассмотрим экономику, состоящую из m отраслей, каждая из которых производит свой вид продукции. Допустим, определенная доля выпуска каждой отрасли расходуется, во-первых, в непроемственной сфере (в виде конечного продукта), а во-вторых, используется как ресурс производства в других отраслях на очередном промежутке времени. Возникает задача о вычислении зависимости объема производства каждой отрасли от времени с использованием компьютерных вычислений для долгосрочного планирования производства. Задача такого типа решалась в работах [1–3] без учета непроемственного потребления.

Пусть x_n – вектор объемов производства продукции, y_n – вектор объемов потребления продукции в непроемственной сфере, $A_n = (a_{ij})$ – матрица прямых затрат, a_{ij} – доля продукта i -ой отрасли в производстве j -ой отрасли, n – номер промежутка времени.

Рассмотрим случай, когда постоянна матрица $A_n = A$.

При этих предположениях и обозначениях поток объемов выпуска x_n удовлетворяет следующей линейной системе в конечных разностях

$$x_{n+1} = A \cdot x_n + y_{n+1}. \quad (1)$$

Так же как и для статической модели Леонтьева будем предполагать, что в системе (1) матрица A продуктивна, то есть выполняются условия: 1) $\text{rang}(E - A) = m$, 2) при любом ненулевом векторе $f > 0$ имеем $(E - A)^{-1} f > 0$. При этом существует матрица полных затрат $(E - A)^{-1} > 0$.

Как известно из теории матриц [4], A продуктивна, если сумма элементов каждой ее строки не больше единицы и, по крайней мере, в одной из строк сумма элементов меньше единицы. Если же это условие выполняется строго, то в силу неотрицательности элементов матрицы A получим оценку для строчной нормы $\|A\|_\infty < 1$. Тогда выполняется условие $|\lambda_i| < 1$, $i = \overline{1, m}$, в котором λ_i – собственные значения матрицы A (то есть спектр матрицы A лежит внутри единичного круга комплексной плоскости). При этом любое решение системы (1) асимптотически устойчиво [4], то есть устойчива и сама система.

Таким образом, справедливо следующее утверждение.

Лемма 1. Если выполняется условие

$$\sum_{j=1}^m a_{ij} < 1, \quad i = \overline{1, m}, \quad (2)$$

то в системе (1) матрица A продуктивна, система (1) устойчива.

Допустим, в системе (1) поток конечного потребления стационарный, то есть $y_n = f$. Если выполняется условие $(E - A)C = f$, то $x = C$ – стационарное решение системы (1). В случае устойчивости любой поток стремится к этому решению. По критерию Кронекера–Капелли [4] справедливы следующие утверждения.

Лемма 2. Если $\text{rang}(E - A) = \text{rang}(\overline{E - A}) = m$ ($< m$), то система уравнений (1) имеет единственное стационарное решение $C = f(E - A)^{-1}$ (имеет бесконечное множество стационарных решений). Если $\text{rang}(E - A) \neq \text{rang}(\overline{E - A})$, то система уравнений (1) не имеет стационарных решений.

Допустим, в системе (1) y_n – N -периодическая функция. При этом решение x_n системы (1) является N -периодическим, если выполняется условие $x_N = x_0$ [5]. Определим условие существования периодических решений системы (1).

Пошагово подставляя в систему (1) значения x_k , $k = \overline{0, n}$, найдем зависимость решения от начального значения $x_n = A^n x_0 + \sum_{k=0}^n A^{n-k} y_k$. Запишем условие периодичности решения системы (1) в виде линейной алгебраической системы от начального значения x_0

$$(E - A^N)x_0 = \sum_{k=0}^N A^{N-k} y_k \quad (3)$$

Лемма 3. Если $\text{rang}(E - A^N) = \text{rang}(\overline{E - A^N}) = m$ ($< m$), то система уравнений (1) имеет единственное периодическое решение с начальным значением $x_0 = (E - A^N)^{-1} \sum_{k=0}^N A^{N-k} y_k$ (имеет бесконечное множество периодических решений). Если $\text{rang}(E - A^N) \neq \text{rang}(\overline{E - A^N})$, то система уравнений (1) не имеет периодических решений.

На основе лемм 1–3 в пакете Maple эффективно строится процедура для вычисления решений системы (1) (функция `rsolve`), исследования стационарных и периодических режимов, визуализации результатов.

Пример 1. Допустим, в модели вида (1) матрица прямых затрат $A = \begin{pmatrix} 0.1 & 0.2 & 0.3 & 0.2 \\ 0.3 & 0.3 & 0.3 & 0.1 \\ 0.7 & 0.1 & 0.1 & 0.1 \\ 0.1 & 0.2 & 0.3 & 0.2 \end{pmatrix}$, вектор конечного продукта $y_n = f = \begin{pmatrix} 140 \\ 140 \\ 270 \\ 130 \end{pmatrix}$

По лемме 1 матрица A продуктивна, система (1) устойчива, то есть в рамках модели можно проводить долгосрочное планирование.

$$\text{Так как } E - A = \begin{pmatrix} 0.9 & -0.2 & -0.3 & -0.2 \\ -0.3 & 0.7 & -0.3 & -0.1 \\ -0.7 & -0.1 & -0.9 & -0.1 \\ -0.1 & -0.2 & -0.3 & 0.8 \end{pmatrix}, \quad \overline{E - A} = \begin{pmatrix} 0.9 & -0.2 & -0.3 & -0.2 & | & 140 \\ -0.3 & 0.7 & -0.3 & -0.1 & | & 140 \\ -0.7 & -0.1 & -0.9 & -0.1 & | & 270 \\ -0.1 & -0.2 & -0.3 & 0.8 & | & 130 \end{pmatrix},$$

то $\text{rang}(\overline{E - A}) = \text{rang}(E - A) = 4$. Значит, по лемме 2 и в силу продуктивности матрицы A

можно вычислить матрицу полных затрат $(E - A)^{-1} = \begin{pmatrix} 3.6 & 1.75 & 2.25 & 1.4 \\ 3.4 & 3.25 & 2.75 & 1.6 \\ 3.46 & 1.92 & 3.42 & 1.53 \\ 2.6 & 1.75 & 2.25 & 2.4 \end{pmatrix}$ и найти един-

ственное стационарное решение $C = (E - A)^{-1} \cdot f = \begin{pmatrix} 1538.5 \\ 1881.5 \\ 1875.5 \\ 1528.5 \end{pmatrix}$, к которому притягивается поток

объемов выпуска вне зависимости от начальных объемов производства.

Пример 2. Предположим, что в динамической модели (1):

1) предприятие производит 2 вида сезонной продукции,

2) n – порядковый номер месяца,

3) $A = \begin{pmatrix} 0.1 & 0.2 \\ 0.3 & 0.4 \end{pmatrix}$ – матрица прямых затрат (очевидно, она продуктивна),

4) $y_n = \begin{pmatrix} 250 \cdot \cos\left(\frac{\pi n}{6}\right) + 400 \\ 300 \cdot \cos\left(\frac{\pi n}{6}\right) + 350 \end{pmatrix}$ – вектор объемов конечного потребления имеет период 12,

характеризуя сезонный тип потребления. При этом модель имеет вид

$$x_{n+1} = \begin{pmatrix} 0.1 & 0.2 \\ 0.3 & 0.4 \end{pmatrix} x_n + \begin{pmatrix} 250 \cdot \cos\left(\frac{\pi n}{6}\right) + 400 \\ 300 \cdot \cos\left(\frac{\pi n}{6}\right) + 350 \end{pmatrix} \quad (4)$$

Исследуем возможность периодического режима функционирования экономики. По лемме 1 модель устойчива, то есть возможно долгосрочное планирование. Теперь проверим существование периодических решений. Вычислим

$$E - A^{12} = \begin{pmatrix} 1.000138147 & 0.0002013395381 \\ 0.0003020093072 & 1.000440157 \end{pmatrix}, \quad \sum_{k=0}^{12} A^{12-k} y_k = \begin{pmatrix} 867.52 \\ 570.38 \end{pmatrix},$$

$$\overline{E - A^{12}} = \begin{pmatrix} 1.000138147 & 0.0002013395381 & 867.52 \\ 0.0003020093072 & 1.000440157 & 570.38 \end{pmatrix}.$$

Значит, $\text{rang}(E - A^{12}) = \text{rang}(\overline{E - A^{12}}) = 2$. Следовательно, по лемме 3 существует единственное периодическое решение с начальным значением $x_0 = (E - A^{12})^{-1} \sum_{k=0}^{12} A^{12-k} y_k = \begin{pmatrix} 840.7536493 \\ 431.5073223 \end{pmatrix}$.

Итак, с течением времени независимо от начальных значений поток объемов производства приближается к колебательному режиму с периодом 12, траектория которого изображена в виде цикла на рисунке 1 (к ней притягиваются все траектории).

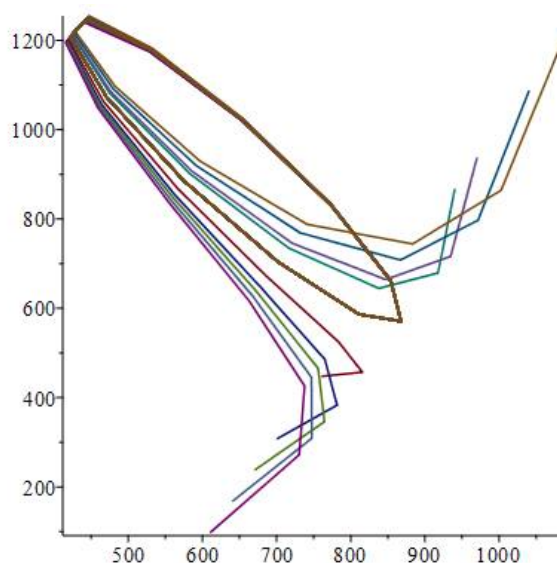


Рис 1. Траектории модели (4)

Библиографический список

1. Abramov V.V., Liskina E.Ju., Mamonov S.S., Vidov S.V. The Calculation of the Sales Volumes Flow Based on the Game-Theoretic Model // Fourth Workshop on Computer Modelling in Decision Making (CMDM 2019). – Atlantis Press : Atlantis Highlights in Computer Sciences. – 2019, vol. 2. – Pp. 6-11. – DOI: <https://doi.org/10.2991/ahcs.k.191206.002>.
2. Титова, Е.В. Принятие решения об оптимизации потока объемов сбыта одного продукта / Е.В. Титова, В.В. Абрамов // Математика и естественные науки. Теория и практика: межвуз. сб. науч. тр. – Ярославль: Издат. дом ЯГТУ, 2019. – Вып. 14. – С. 190–196.
3. Титова, Е.В. Оптимизация распределения объемов сбыта одного продукта / Е.В. Титова, В.В. Абрамов // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2019: сб. тр. II междунар. науч.-техн. форума: в 10 т. Т.7./ под общ. ред. О.В. Миловзорова. – Рязань: РГРТУ, 2019. – С. 18–22.
4. Ланкастер, П. Теория матриц / П. Ланкастер. – М.: Наука, 1973. – 280 с.
5. Халанай, А. Качественная теория импульсных систем / А. Халанай, Д. Векслер. – М.: МИР, 1971. – 309 с.

УДК 336.6; ГРНТИ 06.73

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПРАВЛЕНИИ КОРПОРАТИВНЫМИ ФИНАНСАМИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Ю.А. Рунцо, О.И. Швайка,

Рязанский государственный радиотехнический университет им. В.Ф. Уткина

Российская Федерация, г. Рязань,

Аннотация. В данной статье освещены современные тенденции в управлении корпоративными финансами, а также способы и факторы, влияющие на управление финансами. Рассмотрены модели управления корпоративных финансов, представлены основные тренды управления финансами на основе российских и зарубежных тенденций управления корпоративными финансами.

Ключевые слова: корпорация, корпоративные финансы, тенденции, способы, модели, факторы

MODERN TRENDS IN CORPORATE FINANCE MANAGEMENT IN RUSSIA AND ABROAD

Y. A. Runtso, O. I. Shvaika,

Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin,

Russian, Federation Ryazan

Abstract. This article highlights current trends in corporate finance management, as well as methods and factors affecting financial management. The models of corporate finance management are considered, the main trends in finance management based on Russian and foreign trends in corporate finance management are presented.

Keywords: corporation, corporate finance, trends, methods, models, factors

Введение

Корпоративные финансы – это финансовая сфера, которая касается структуры капитала корпораций, источников финансирования и действий, предпринимаемых менеджерами для повышения ценности фирмы для акционеров. Основная задача корпоративных финансов – бесперебойное обеспечение затрат организации денежными средствами [2]. После мирового финансового кризиса российская национальная экономика стала постепенно входить в экономическую среду, и стала происходить трансформация уже существующих институтов, а также юридических лиц. К ним относится корпорация. Более высокий процент распространения: США, Канада, Великобритания, Россия.

Современные тенденции и способы управления корпоративными финансами

Во всех сферах экономического управления произошли некоторые изменения, которые включают в себя деятельность по управлению корпоративной экономикой. Современные тенденции в управлении корпоративными финансами представлены на рисунке 1:



Рис. 1. Современные тенденции в управлении корпоративными финансами

Есть много разных способов управлять своими финансовыми ресурсами. Первый способ - это договор о совместной хозяйственной деятельности. Стороны данного соглашения предоставляют финансовые, материальные, инвестиционные ресурсы для организации предпринимательской деятельности. Управляет материнская компания, доход компании распределяется на основании договора. Создание собственного внутрифирменного банка, имеющего лицензию на ограниченное количество операций – второй способ. Банк концентрирует свободные средства структурных подразделений в едином центре. Это обеспечивает отдельные филиалы материнской компании целевыми займами [1]. Следующий способ – выпуск облигаций дочерних компаний. Материнская компания покупает ценные бумаги, которые осуществляет процесс финансирования структурных подразделений, а также инвестирует в дочерние компании [3]. В зарубежных странах (Япония, США, Канада, США и др.) все крупные корпорации являются холдингами. Они стали корпорациями в этих странах благодаря поиску новых рынков сбыта, новых технологий и т.д. Корпорации США и Японии, производящие, например, автомобили, имеют собственные сборочные производства в странах Азиатско-Тихоокеанского региона и другие. Особенностью становления корпораций в России является их наиболее частое формирование на сырьевых месторождениях, связанных с нефтью и газом. В России финансовый рынок регулируется государством. На российском финансовом рынке доминируют два монополиста: Московская межбанковская валютная биржа и Российская торговая система. Все финансовые операции осуществляются на основе пакетов акций и проводятся крупными корпорациями-эмитентами: Газпром, Лукойл и др. Признаки российской модели корпоративного управления показаны на рисунке 2:



Рис. 2. Признаки российской модели корпоративного управления

Тенденции развития представлены на рисунке 3: на примере совершенствования практики корпоративного управления; ослабление позиций стейкхолдеров; усиление роли фондового рынка; переход к наемному менеджменту; активизация дивидендной политики; усиление роли государства как собственника и как непосредственного участника корпоративного управления.

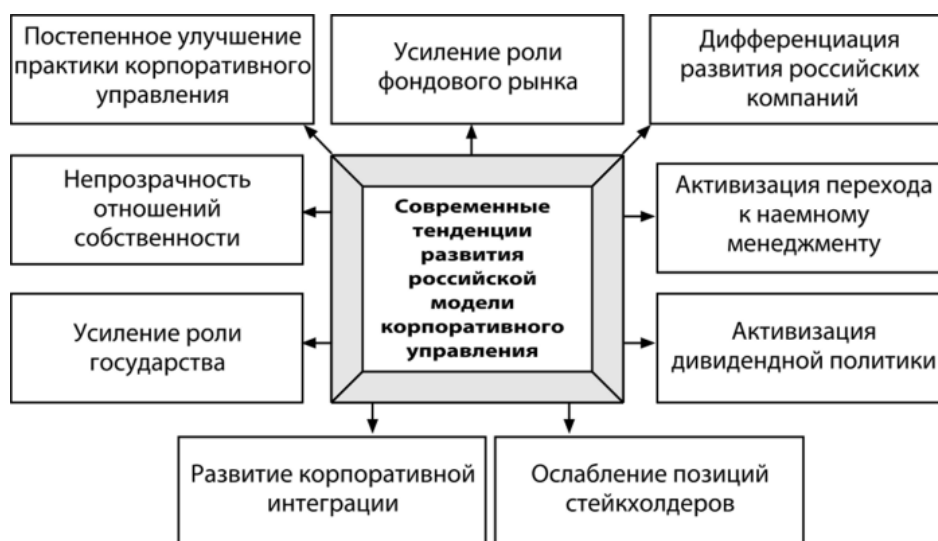


Рис. 3. Современные тенденции развития российской модели корпоративного управления

Факторы, влияющие на развитие основ корпоративного управления

Развитие основ корпоративного управления происходит под влиянием различных факторов (рисунок 4).

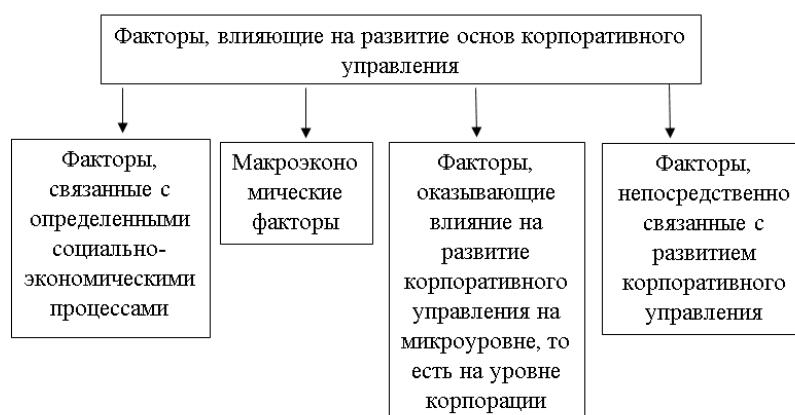


Рис. 4. Факторы, влияющие на развитие основ корпоративного управления

В рыночной ситуации происходят существенные изменения в связи с изменением образа жизни в обществе, поэтому появляется множество товаров [4]. Технологическое ноу-хау быстро растет. Конкурентоспособность и выживание корпорации начинает зависеть от инновационной политики корпорации. Для определения конкурентоспособности не обойтись без анализа внешней среды предприятия, что позволяет определить угрозы, с которыми сталкивается компания, и выдержать конкуренцию. Проведя соответствующий анализ, можно выявить ожидаемые возможности организации, потенциальные и негативные факторы, влияющие на эффективность ее хозяйственной деятельности. Прогнозируя внешнюю среду, компания адаптируется к динамическим изменениям микросреды и макросреды. Основными характеристиками конкурентоспособности предприятия являются, прежде всего, конкурентоспособность продукции, стабильное выгодное финансовое положение организации и эффективность управления. Комплексная реализация мер по повышению конкурентоспособности позволит нам стабильно закрепиться на рынке в максимальных объемах и достичь поставленных целей.

Основные модели управления финансами корпораций

В настоящее время сформировались следующие основные модели управления финансами корпораций в структурных подразделениях (таблица 1):

Таблица 1. Сущность моделей управления финансами корпораций

Модель	Сущность
Немецкая	Банки являются долгосрочными акционерами корпораций, а их представители избирают состав совета директоров на постоянной основе. Немецкие фирмы предпочитают банковское кредитование долевого финансированию.
Японская	Банк предоставляет кредиты своим корпоративным клиентам и услуги, связанные с выпуском облигаций, акций, управлением счетами и консультированием. Взаимодействие направлено на установление контактов. Общие акционеры практически не могут повлиять на корпорацию.
Англо-американская	Наличие учредителей и постоянно растущего числа независимых акционеров (аутсайдеров), не связанных с материнской компанией, а также четко проработанная законодательная база, определяющая права и обязанности участников.
Семейная	Эта модель гарантирует, что доход продвигается вверх по иерархии к основному владельцу бизнеса. Кроме того, распределение прибыли между участниками происходит согласно их доле.
Российская	Высшим органом управления является общее собрание акционеров. Ему подчиняется совет директоров. Собственники – инвесторы, банки, топ-менеджеры.

Существует несколько этапов зарождения российской модели корпоративного управления (таблица 2) [5].

Таблица 2. Этапы зарождения российской модели корпоративного управления

Этап	Наименование	Период
1	Старт приватизационных процессов, превращение государственной собственности в частную.	1991-1994 г. г.
2	Процесс перераспределения доли владения в пользу мажоритарных акционеров	1995-1998 г. г.
3	Процесс разделения прав собственности и полномочий управления, трансформация отношений собственников в отношении собственников и исполнительной власти.	1999-2004 г. г.
4	Развитие транснациональных корпораций, территориальное деление	2005-2009 г. г.
5	Дальнейшее развитие корпораций в России.	С 2010 г.

Основные тренды направления в области корпоративных финансов

В сфере корпоративных финансов принято выделять два основных направления:

1. Финансовые технологии. Использование технологий для изменения способов предоставления финансовых услуг - одна из основных областей роста и инвестиций («Apple Pay», «Сбербанк Онлайн»).

2. Цифровая валюта. Это разновидность финансовых технологий, однако ЦБ рассматривает цифровую валюту как самостоятельное направление. В 2020 году новаторы в области корпоративных финансов пытаются объединить новейшие технологии и социальные сети, чтобы предложить своим клиентам новые возможности финансирования [6].

Примером может служить «Тиньков» банк. Он обратился к «Whats App», чтобы улучшить отношения с более технически подкованными клиентами. Профессионалы в области финансов, техники активно работают над внедрением искусственного интеллекта, чтобы избавить финансистов от необходимости выполнять рутинные задачи и позволить им сосредоточиться на стратегических целях. Специалисты продумывают и разрабатывают различные алгоритмы, обнаруживающие мошенничество еще до его совершения. В наше время очень хорошо развит искусственный интеллект, который может распознавать неявные закономерности, показывающие, что с платежом что-то не так.

Корпоративные финансы и конкурентоспособность

Перед каждой корпорацией стоит выбор той или иной стратегии, способствующей повышению конкурентоспособности. Это связано с растущей конкуренцией внутри любой отрасли. Следовательно, предприятия должны контролировать изменения своего положения на рынках. Такая ситуация способствует изучению и оценке факторов конкурентоспособности, выделяя основные из них, дающие положительный результат в данных условиях. В экономической науке выделяют следующие меры повышения конкурентоспособности: систематическое использование инноваций; стандартизация технологического процесса; качественная система продаж товаров; проведение максимально эффективных и результативных рекламных кампаний; маркетинговые и отраслевые исследования с целью выявления потребностей покупателей; использование качественных ресурсов; материальное стимулирование сотрудников и улучшение условий труда с целью повышения заинтересованности и ответственности сотрудников; обучение и переподготовка кадров; анализ конкурентной среды; уровень стратегического управления; улучшение организации НИОКР (научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ) и инвестиций в научные исследования; регистрация товарного знака. Используя вышеперечисленные меры, корпорация может повысить уровень кон-

курентоспособности и занять наиболее выгодные позиции в своей отрасли. Следует отметить, что повышение конкурентоспособности должно осуществляться на принципах долгосрочного планомерного и поступательного улучшения всех мер конкурентоспособности.

Выводы

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что управление корпоративными финансами в Российской Федерации по сравнению с зарубежным финансовым менеджментом имеет свои особенности, а также определенную направленность. При этом учитываются различные виды экономической деятельности, которые осуществляют корпорации. В конце концов, корпоративные финансы – это математический инструмент для принятия стратегических решений. Они выступают как сложная экономическая категория и имеют свои проблемы. Это понятие обширное, однозначно определить его очень сложно. Проблема корпоративных финансов – это агентская проблема, которая связана с недостатком информации среди участников системы финансовых отношений. Чтобы смягчить ее, необходимо объединить интересы инвесторов и менеджеров посредством заключения компенсационных контрактов, а также частичной концентрации собственности и контроля в руках инвесторов. Кроме того, обнаруживается проблема в том, что корпоративные финансы представляют собой сложную структуру, функционирующую в быстро меняющейся внешней среде. Их финансовые отношения определяются особенностями формирования акционерного капитала. Следующая проблема – изменение временной стоимости денег. Текущая и будущая стоимость денег корпорации во времени неодинакова, вопросы прогнозирования формирования денежных потоков ориентированы на долгосрочную перспективу, а также помогают максимизировать прибыль и рыночную стоимость корпорации, что заслуживает особого внимания. Решающее значение для конкурентоспособности и роста организации имеет способность адаптироваться к быстрым изменениям в бизнесе. Есть также способы помочь фирмам повысить свою эффективность, но в долгосрочной перспективе нет одного важного способа, например, развития способности поддерживать инновации. По сути, конкурентоспособность предприятия оценивается через конкурентоспособность производимого им продукта, что указывает на то, что чем выше конкурентоспособность продукта, тем выше конкурентоспособность компании. Для достижения целей, поставленных предприятием, необходимо управлять конкурентоспособностью, поскольку это показатель устойчивости и устойчивости предприятия в постоянно меняющейся рыночной среде. В научных работах разных авторов упоминаются факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия; их определение имеет первостепенное значение для организаций. В зависимости от того, каких особенностей компания придерживается, выстраивается уникальная система факторов, благодаря которым компания становится конкурентоспособной. Корпоративные финансы – это широкий термин, используемый для широкого определения финансовых транзакций, в которых участвует корпорация. Это один из наиболее важных участников финансового сектора, и финансовые расчеты, лежащие в основе привлечения капитала, являются основой корпоративных финансов. В конце концов, корпоративные финансы – это финансовая единица, занимающаяся финансированием, а также структурированием капитала. Корпоративные финансы связаны с максимизацией акционерной стоимости за счет долгосрочного и краткосрочного финансового планирования, а также реализации различных стратегий. Текущая деятельность в области корпоративных финансов варьируется от принятия инвестиционных решений до инвестиционного банкинга.

Библиографический список

1. Богатырев, С.Ю. Корпоративные финансы: стоимост. оценка: Учебное пособие / С.Ю. Богатырев. - М.: Риор, 2018. - 439 с. – Текст: непосредственный.
2. Паштова, Л.Г. Корпоративные финансы и управление бизнесом (для магистратуры) / Л.Г. Паштова; под ред., Шохин Е.И. - М.: КноРус, 2017. - 321 с. – Текст: непосредственный.
3. Ферова, И.С. Корпоративные финансы (для бакалавров) / И.С. Ферова, И.Г. Кузьмина, С.Л. Улина. - М.: КноРус, 2018. - 273 с. – Текст: непосредственный.
4. Чараева, М.В. Корпоративные финансы: Учебное пособие / М.В. Чараева. - М.: Инфра-М, 2018. - 273 с. – Текст: непосредственный.
5. Черникова, Л.И. Корпоративные финансы: проблемы, тенденции, перспективы / Л.И. Черникова. - М.: Русайнс, 2016. - 81 с. – Текст: непосредственный.
6. Эскиндаров, М.А. Корпоративные финансы (бакалавриат и магистратура) / М.А. Эскиндаров; под ред. М.А. Федотова. - М.: КноРус, 2017. - 241 с. – Текст: непосредственный.

УДК 338.001.36; ГРНТИ 06.52.17

ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ. ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Н.А. Рубцова, А.А. Морозова

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Россия, Рязань tata-62@list.ru, mor_alla@mail.ru*

Аннотация. В данной работе рассматривается влияния пандемии COVID-19 на развитие российского бизнеса.

Ключевые слова: пандемия, карантин, ВВП, промышленность, экономика, исследования, влияние.

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE RUSSIAN ECONOMY. PROS AND CONS

N. Rubtsova, A. Morozova

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
|Russia, Ryazan tata-62@list.ru, mor_alla@mail.ru*

Abstract. This paper examines the impact of the COVID-19 pandemic on the development of Russian business.

Keywords: Pandemic, quarantine, GDP, industry, economics, researches, influence.

Прошедший 2020 год оказал огромное влияние на развитие экономики всего мира. И связано это в первую очередь с негативным влиянием пандемии коронавируса. Это новое и опасное заболевание, оказывающие отрицательное влияние на все сферы существования человечества. Были предприняты строжайшие меры противодействия распространению инфекции. Страны оказались в самоизоляции. Ситуация в мировой экономике развивалась по неутешительному сценарию. Агрессивное распространение по всему миру вируса COVID-19 привело к замедлению ведущих экономик.

Воздействие пандемии коронавируса на мировое общество проявлялось в различных формах, направлениях и с различной степенью тяжести.

Как следует из доклада Мирового валютного фонда (англ. International Monetary Fund, IMF) в 2020 году для поддержания национальных экономик и на спасение жизней людей страны получили в общей сложности \$14 трлн международной финансовой помощи. Но такая поддержка привела к росту государственного долга и дефицита [1].

При оценке кредитных возможностей страны международные организации в первую очередь смотрят на показатель характеризующий соотношение государственного долга к ВВП. Экспертами Международного валютного фонда критическим признан уровень 60%. По данным федерального казначейства РФ на конец 2020 года у России данное соотношение вы-

шло на отметку 21%. Если сравнивать этот показатель с предыдущим годом, то он вырос. В 2019 году соотношение государственного долга к ВВП в России составляло менее 14%. Это связано с тем, что в сложившейся непростой ситуации, связанной с последствиями пандемии COVID-19, правительство организовало программы финансовой поддержки экономики страны. Но, как считают эксперты, когда экономика сталкивается с трудностями различного характера, увеличение внутренних займов и рост относительно невысокого долга может помочь ее восстановлению [2].

По сравнению с другими странами у нас государственный долг можно считать невысоким. Так, например, государственный долг США достиг 128,7 % ВВП, госдолг по европейскому союзу более 100 %, а Японии — 258,7%. В Китае, откуда началась пандемия коронавируса, отношение госдолга к ВВП составляет 65,2%.

По результатам исследования Института экономики и мира (IER) Россия включена в пятерку стран с наиболее благоприятными экономическими предпосылками для восстановления после пандемии COVID-19 [3]. Эксперты считают, что одним из факторов, позволяющих столь оптимистично нашей стране смотреть в будущее, является именно небольшой государственный долг.

В связи с ограничениями, которые были введены для борьбы с вирусом COVID-19, в 2020 году один из важнейших макроэкономических показателей валовой внутренний продукт (ВВП) России снизился на 3,1% [4]. При этом ВВП США в прошлом году упал на 3,5%, ВВП Германии — на 5%, ВВП Франции — на 8,3%. Единственной ведущей экономикой мира, которая выросла в условиях пандемии, стал Китай, где ВВП вырос на 2,3%.

Снижение экономического развития во всем мире обусловлено в первую очередь пандемией и введенными для борьбы с ней ограничениями.

Негативное влияние пандемии коронавируса почувствовали на себе практически все российские компании. Многие организации из-за карантина были вынуждены временно закрыться. Чтобы оценить степень влияния коронавируса на российский бизнес маркетинговое агентство «РБК Исследования рынков» провели опрос экспертов, который показал, что большинство компаний различных секторов экономики испытали негативное влияние пандемии нового заболевания. Как отмечают представители опрошенных компаний, среднее падение выручки в период карантина составило 13%. Больше других пострадал промышленный сектор. Более 80 % экспертов промышленных предприятий, которые подверглись опросу, указали в качестве основной причины снижения экономического развития, изменение потребительской модели населения. Остальные отметили, что на состояние их бизнеса повлияло снижение курса рубля, ограничительные меры по работе компаний и снижение потребительского спроса [5].

В период пандемии COVID-19 среди предприятий оказались и такие, для которых открылись дополнительные возможности. Выиграли организации, занимающиеся производством товаров народного потребления, фармацевтика и логистика, т.е. те, которые смогли удовлетворить огромный спрос населения на продукты питания и товары первой необходимости в период карантина, кто смог организовать производство средств защиты, которые оказались в дефиците во многих регионах страны.

Опрос руководителей промышленных компаний, пострадавших от пандемии, показал, что основными антикризисными мерами, которые они предприняли в связи с падением выручки, являлись оптимизация затрат во всех бизнес-процессах, перевод сотрудников на удаленную работу и переориентация на альтернативных поставщиков. Для сохранения бизнеса 36 % промышленным компаниям пришлось изменить управление персоналом и перестроить закупки, 29% указали на урегулирование финансового учета, 62% отметили, что использовали инструменты автоматизации [5].

При этом в промышленном секторе наблюдалось изменений меньше, чем в других сферах деятельности, так как по объективным причинам они не могут перенести всю работу

в онлайн пространство, при этом уровень использования программного обеспечения для перестройки критически важных бизнес-процессов во время пандемии у данного сектора самый высокий.

Среди положительных последствий пандемии для бизнеса эксперты промышленных предприятий выделили следующие меры:

- проведение антикризисной политики в компании и сокращение издержек;
- усовершенствование digital-составляющей бизнеса;
- усовершенствование бизнес-модели;
- совершенствование клиентского сервиса;
- открытие новых направлений развития;
- появление новых клиентов и поставщиков.

При этом половина представителей промышленных организаций указали на то, что будут использовать в дальнейшем такую практику, освоенную в период пандемии COVID-19, как удаленную работу части сотрудников, которые напрямую не связаны с постоянным пребыванием в офисе или на производстве. Остальные акцент будут делать на развитие бизнеса онлайн и диверсификацию производства [5].

Пандемия коронавируса способствовала российским предприятиям начать активно использовать процесс цифровизации, а это будет иметь положительные последствия и после окончания пандемии COVID-19. В сложившейся ситуации кризиса большинство предприятий приняли непростые решения, связанные с оптимизацией бизнеса, поиском путей сокращения издержек, а также развитию новых направлений бизнеса. Следовательно, можно утверждать, что пандемия коронавируса дала возможность компаниям заложить фундамент для будущего развития и освоения новых рынков уже после окончания эпидемии.

Современная экономика еще не сталкивалась с такой серьезной мировой проблемой, которая влияет не только на экономику, но и на социальную жизнь общества. Государства, работодатели начинают понимать, какие сферы деятельности очень важны для общества, в каком направлении необходимо осуществлять структурные преобразования в будущем.

Сложившаяся эпидемиологическая ситуация наносит социальный ущерб населению. На физическое, моральное и материальное состояние людей оказывается негативное влияние. Проявляется это в том, что с каждым днем увеличивается число заразившихся и умерших пациентов от коронавируса, у многих людей изоляция, вызванная карантином, негативно сказывается на психическом здоровье, доходы населения, особенно занятых в малом бизнесе и сфере услуг, сократились или оказались близкими к нулю. Все это снижает уровень благополучия жизни.

Следовательно, важным социальным последствием пандемии COVID-19 как в отдельных странах, так и во всем мире, можно считать общее снижение качества жизни, которое можно оценить следующими показателями:

- состояние здоровья людей;
- степень удовлетворения жизненных потребностей;
- потеря благосостояния;
- изменение привычного уклада жизни;
- физические и моральные страдания и т. д.

В мировой экономике произошли глобальные изменения благодаря пандемии коронавируса. Большинство компаний не вернутся к прежней модели ведения бизнеса. Вероятно, эти ключевые изменения приведут в будущем к изменению облика всей экономики в целом. Мы должны извлечь уроки, которые преподнес коронавирусный кризис, оказавший влияние не только на экономику, но и на социальную жизнь общества. Данной мировой проблеме нет аналогов, так как современная экономика еще не сталкивалась с подобной ситуацией. Мировое общество начинает определять направления необходимые для осуществления преобразований в будущем.

Библиографический список

1. International Monetary Fund [Электронный ресурс], URL: <https://www.imf.org/en/Publications/FM/Issues/2021/01/20/fiscal-monitor-update-january-2021> (дата обращения 02.02.21).
2. Федеральное казначейство, официальный сайт Казначейства России [Электронный ресурс], URL: https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/internal/structure/total/?id_39=93479-tablitsy_yezhemesyachnykh_znachenii_obema_gosudarstvennogo_vnutrennego_dolga_rossiiskoi_federatsii/ (дата обращения 02.02.21).
3. Газета Известия официальный сайт [Электронный ресурс], URL: https://iz.ru/1021500/ekaterina-postnikova/tikho-iz-krizisa-ekonomika-rf-voshla-v-top-5-po-potencialu-rosta-posle-covid?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения 02.02.21).
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс], URL: <https://rosstat.gov.ru/accounts?print=1> (дата обращения 02.02.21).
5. Исследование влияния пандемии COVID-19 на российский бизнес [Электронный ресурс], URL: https://sapmybiz.rbc.ru/RBK_Issledovanie_vliyaniya_pandemii_COVID_19_na_rossiyskiy_biznes.pdf (дата обращения 02.02.21).

УДК 338.2; ГРНТИ 06.81

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

А.Р. Кипарисова, О.И. Швайка

*Рязанский государственный радиотехнический университет им. В.Ф. Уткина
Российская Федерация, г. Рязань*

Аннотация. В статье исследуется влияние цифровизации на менеджмент предприятия, выявляются особенности, происходящие в деятельности предприятия в эпоху цифровой трансформации, описываются этапы внедрения цифровых технологий в российских компаниях.

Ключевые слова: цифровизация, менеджмент организации, цифровая экономика, трансформация бизнеса, управление компаний.

FEATURES OF ORGANIZATION MANAGEMENT IN THE AGE OF DIGITALIZATION

A.R. Kiparisova, O.I. Shvaika

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin,
Ryazan, Russian Federation*

Annotation. The article examines the impact of digitalization on enterprise management, identifies the features that occur in the activities of an enterprise in the era of digital transformation, describes the stages of implementation of digital technologies in Russian companies.

Keywords: digitalization, organization management, digital economy, business transformation, company management.

Введение

В настоящее время в мире происходит глобальный переход к цифровой экономике. В связи с появлением нового экономического уклада, который затрагивает многие сферы финансово-хозяйственной деятельности компании, в процессе управления организацией также возникают нарастающие перемены. По этой причине традиционный менеджмент дополняется применением новых цифровых технологий, разработкой системы оценок эффективности электронной экономики, сознанием инновационных подходов к управлению и формированием новых условий к основам конкурентных преимуществ.

По прошествии серьезного ослабления экономики в 90-х годах, для России эпоха цифровой трансформации экономической и управленческой сфер деятельности может стать

сильным толчком к экономическому развитию и росту, а также к положительному изменению бизнеса.

Актуальность данного вопроса обусловлена тем, что будет исследовано влияние цифровой экономики на менеджмент организации и выявлены особенности, происходящие в деятельности предприятия в эпоху цифровизации.

Цифровизация и управление компанией

Цифровое преобразование изменяет стандарты деятельности предприятий, которые действуют во всех отраслях экономики, и создает мощную конкуренцию на российском рынке.

Менеджмент предприятий в условиях нового цифрового экономического уклада должен мгновенно реагировать на изменения окружающей среды, строиться с учетом прозрачности и ясности всех бизнес-процессов, качественно управлять знаниями и применять эффективную систему мотивации для сотрудников, а также учитывать особенности управления предприятием в условиях цифровизации.

В настоящее время многие страны разрабатывают и реализуют глобальные государственные проекты, направленные на внедрение цифровых технологий в экономический сектор. Посредством развития электронной промышленности и IT-технологий происходит формирование конкурентных преимуществ национальной экономики [2]. Так в России приходит в действие утвержденная Правительством РФ от 28.07.2017 №1632-р государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [6]. На 2016-2022 годы в данной стратегии главным образом определены развитие электронного правительства и цифровой экономики. На базе платформы информационного общества будет происходить расширенное использование электронного документооборота, а руководители органов государственного управления начнут обучаться технологиям электронного правительства. Такие преобразования затронут различные сферы деятельности и сектора экономики. Предполагается, что документооборот в медицинских учреждениях полностью окажется в электронном виде, на 95% затронет государственные структуры, а также не менее 75% услуг, предоставляемых государственными органами, станут в цифровом формате [7].

Цифровой сегмент экономики актуален в связи с качественными изменениями, которые произошли в экономике и обществе. Ускорение большинства процессов управления и производства, сокращение транзакционных издержек позволяет крупным компаниям и отдельным физическим лицам поддерживать тесную взаимосвязь с государственными учреждениями и хозяйствующими субъектами с помощью новых технологий, площадок и платформ. Вследствие чего формируется новая цифровая экономика, созданная на основе сетевых возможностей.

Цифровизация компаний требует изменения в структуре, управлении и культуре [3]. Исходя из этого, менеджеры начинают осваивать новые функции, задачи и принципы управления бизнесом. Например, некоторые функции управления данными компании, традиционно связанные с IT-службой, были переданы высшему руководству. Однако информационные данные в настоящих условиях оказываются одним из активов организации, а иногда единственными, например, Яндекс.Такси. В результате спектр процессов и функций, охватываемых управлением данными, расширяется. Поэтому в этих условиях необходимо совмещать менеджмент компании и IT-службы в сфере работы с информационными данными [4].

Существует большой парадокс цифровой эпохи. Он заключается в том, что, с одной стороны, руководители несут социальную ответственность за создание новых рабочих мест, с другой стороны, менеджерам необходимо применять передовые производственные технологии, которые экономят значительные ресурсы бизнеса. Если руководитель не использует современные технологии, компания подвергается высоким рискам, включая риск технологических задержек и ликвидации предприятия. Однако внедрение высокоуровневой робототех-

ники может сократить количество рабочих и увеличить безработицу (особенно среди неквалифицированных рабочих), что может привести к росту социальных протестов и недовольства людей. Кроме того, сами менеджеры могут потерять работу, поскольку многие процессы будут выполняться автоматически. Координация процессов посредством их цифровизации возможна круглосуточно, а это означает, что многие менеджеры становятся не нужны. По этой причине руководители века цифровых технологий столкнулись со сложной задачей: удерживать баланс по применению технологических инноваций, в том числе производственной робототехники, которая приводит к созданию умных фабрик и по сохранению рабочих мест [5].

Необходимо добавить, что имеется совершенно противоположный подход, основанный на предположении, что при внедрении цифровых технологий в деятельность фирмы будут увеличиваться производственные мощности, а также компания сможет осуществлять стратегически важную экономию ресурсов. В то же время у работников есть возможность переквалифицироваться и получить новые знания. В пример можно привести программу «1С: Предприятие». Перед бухгалтерами открылись новые возможности и в то же время сохранились рабочие места.

Новейшие технологии быстрыми темпами преобразуют рабочие процессы компаний, к тому же данная тенденция носит масштабный характер. Влияние передовых технологий на бизнес компаний 21 века неоспоримо. В условиях цифровизации важным трендом является развитие управления компанией [1]. Теоретические исследования данной сферы предоставили возможность выделить некоторые особенности при функционировании, замеченные у компаний в нынешнюю эпоху информационных технологий (табл. 1).

Таблица 1. Положительные и отрицательные черты функционирования организации в условиях цифровизации

№ п/п	Положительные особенности	Отрицательные особенности
1.	Увеличение расходов на НИОКР, инновации и цифровые технологии	Масштабные затраты ресурсов для осуществления перехода к цифровому формату деятельности
2.	Оптимизация бизнес-процессов компании, автоматизация, интеллектуализация	Факт существования избыточных данных
3.	Развитие гибкой и своевременной цифровой инфраструктуры в организации	Сложность при выборе важной информации
4.	Рост значимости информационных данных как ресурса	Наличие сомнительной информации
5.	Потенциальная способность анализировать крупный объем данных в кратчайшие сроки при принятии управленческих решений	Образование нечестной конкуренции, дезинформации, специально неверных сведений
6.	Улучшение финансовых показателей	Частична замена человеческих ресурсов машинными
7.	Рост конкурентоспособности предприятия	Риск киберпреступности, взлома и мошенничества

До настоящего времени менеджмент мировых организаций не разработал единую стратегию применения и управления цифровыми технологиями, поэтому многие топ-менеджеры вынуждены работать с закрытыми глазами при полном отсутствии руководящих указаний по использованию цифровых технологий. Другими словами, управленцы не могут гарантировать полное цифровое воздействие из-за отсутствия правил и стандартов, которые пояснили бы менеджерам весь потенциал современных технологий.

Проанализировав теоретические источники информации, можно выделить и сформировать список главных направлений деятельности менеджмента компании в эпоху цифровизации, за которые он будет нести ответственность:

1) Управление информацией. Так как информация является важным ресурсом в современном мире, предприятию необходимо преобразовывать системы управления информацией для более гибкого реагирования на изменения внешней и внутренней среды.

2) Автоматизация деятельности. То есть взаимосвязанная последовательность работ человека и машин, а также внедрение в рабочие процессы искусственного интеллекта. По расчетам экспертов в сфере цифровизации лишь от одного внедрения ИИ в процесс управления предприятием можно увеличить отдачу от бизнеса на 30 %.

3) Инновационная деятельность. Создание качественной, быстрой и гибкой внутрифирменной инфраструктуры для своевременной адаптации к внешней системе.

4) Автоматизация аналитической деятельности. Современные методы принятия решений, которые сформированы путем машинной алгоритмизации, помогают высчитать более достоверные прогнозы для принятия быстрых и своевременных управленческих решений.

5) Визуализация и умные интерфейсы. Руководство формирует требования к панелям управления, так как управленческие решения принимаются на базе них.

6) Окружающая экосистема. Этот аспект ориентирован на анализ участников внешней среды предприятия. Цель исследования состоит в определении причин и потребностей участников во внешней экономической системе. Исходя из этого, менеджеры смогут понять, каким образом лучше определить потенциальный рынок и условия функционирования для компании в будущем.

7) Политика предприятия и корпоративная культура в сфере человеческих ресурсов. Данная тенденция формирует основные направления культурных ценностей предприятия, которым в современных условиях необходимо нацеливаться на персонал с цифровым опытом и быстрым и гибким реагированием на внешние изменения.

Среди качеств, которыми должны обладать менеджеры компании в эпоху цифровизации можно выделить следующее: быстрая ориентация и реагирование в сложных и неопределенных ситуациях, критическое мышление, способность многоуровневого решения проблем, эмоциональный интеллект. Данные качества помогут успешно преодолеть переход к цифровой трансформации и эффективно функционировать в новой действительности.

Консалтинговая компания в области цифровизации и трансформации бизнеса (KMDA) в 2020 году выпустила обзорный аналитический отчет о трансформации деятельности компании и цифровизации ее бизнеса [9]. Для этого был произведен опрос среди менеджеров российских компаний. Респонденты компаний были отобраны из 23 отраслей экономики. Количественное преимущество имели представители сферы образования и науки - 9,6 %, телекоммуникации и связь - 9,1 %, профессиональные услуги бизнесу - 7,2 %, ИТ и разработка ПО - 6,6 %, консалтинг - 6,0 %, маркетинг и реклама - 6,0 %, промышленное производство - 5,5 %, банковский сектор и страхование - 5,5 % и прочее. На рисунке 1 представлен график, на котором изображен статус цифровой трансформации в российских компаниях за 2018 и 2020 гг.

Из диаграммы можно сделать вывод, что отечественные компании осознают важность перехода к цифровой трансформации и видят его преимущества. В 2020 году на 19 % больше предприятий начали осуществлять реализацию перехода к цифровым технологиям и от теории пришли к практике.

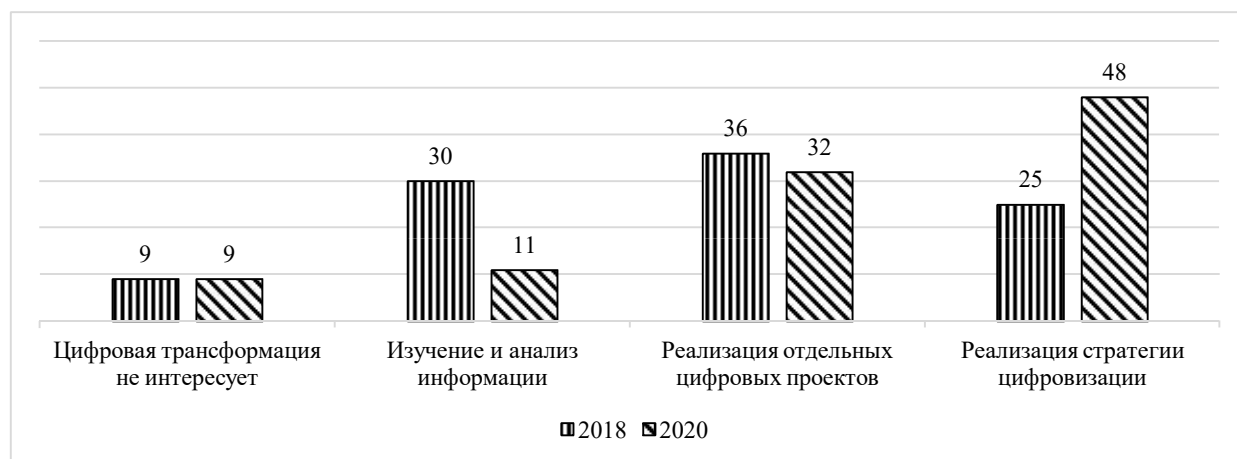


Рис. 1. Переход к цифровым технологиям на российских предприятиях, % [9]

Так же исследования относительно внедрения цифровой трансформации в организацию проводила консалтинговая компания PwC [8]. Были опрошены менеджеры российских компаний из 14 отраслей. Руководители двойственно относятся к переходу цифровой трансформации компании. Однако большинство из них, а именно 72 %, относятся к стратегическим изменениям как к приоритетной задаче развития бизнеса и с пониманием важности цифровизации в современном мире. Другие менеджеры нацелены на цифровое преобразование только определённых бизнес-процессов и направлений деятельности. Остальные руководители и вовсе считают, что цифровые инновации для их компании не нужны. Данная ситуация объясняется тем, что в компании отсутствует комплексный подход к цифровизации, а главное недостаточная степень цифровой трансформации самого менеджмента. Такое положение показывает необходимость перехода на новый этап не только в развитии производства, но и в процессе управления. Эти меры, по использованию цифровых технологий, позволят предприятиям раскрыть потенциал своей деятельности но-новому.

Заключение

Подводя итог, можно прийти к выводу, что в настоящее время, в эпоху цифровизации, стандартов для эффективного управления компанией недостаточно. Менеджерам необходимо использовать опыт отечественных и зарубежных компаний по применению современных цифровых технологий и трансформации бизнес-процессов предприятия. Тот, кто инвестирует в цифровые технологии, получает значительные выгоды и завоевывает технологическое лидерство на рынке. Поэтому менеджменту компании на всех уровнях необходимо уметь работать с постоянным потоком данных, поступающим из внешней среды, следить за всеми мировыми тенденциями и изменениями в экономике, а также быть в курсе всех современных технологий и инноваций. При внедрении цифровой трансформации в жизнедеятельность компании, в том числе в менеджмент, появляются новые возможности экономического роста и развития компании.

Библиографический список

1. Авдеева, И.Л. Механизмы и инструменты формирования организационно-управленческой инфраструктуры современной экономики. – Текст : электронный // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2019. – Т. 15. – № 7 (376). – С. 1250-1261. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38544139> (дата обращения: 04.12.2020)
2. Александрова Т.В. Трансформация менеджмента организации в эпоху цифровой экономики. – Текст : электронный // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2018. – Том 8. – № 9А. – С. 320-328. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36728615> (дата обращения: 02.12.2020).
3. Аренков И.А., Смирнов С.А., Шарафутдинов Д.Р., Ябурова Д.В. Трансформация системы управления предприятием при переходе к цифровой экономике. – Текст : электронный // Российское предпринимательство.

– 2018. – № 5. – с. 1711-1722. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-sistemy-upravleniya-predpriyatiem-pri-perehode-k-tsifro-voy-ekonomike> (дата обращения: 03.12.2020)

4. Гадасина Л.В., Иванова В.В., Лезина Т.А. Компетенции по управлению данными: российский и западный подходы. – Текст : электронный // Менеджмент в России и за рубежом. – 2017. – № 1. – с. 87-95. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28394751> (дата обращения: 03.12.2020)

5. Гадасина Л.В., Пивень Г.И. Цифровизация – угроза или возможность развития для менеджмента? – Текст : электронный // Вопросы инновационной экономики. – 2018. – Том 8. – № 4. – С. 565-574. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-ugroza-ili-vozmozhnost-razvitiya-dlya-menedzhmenta/viewer> (дата обращения: 02.12.2020)

6. Национальная программа «Цифровая экономика РФ» – Текст : электронный – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения 01.12.2020)

7. Панышин Б. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития. – Текст : электронный // Наука и Инновации. – 2016. – № 3(157). – С. 17-20. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26144424> (дата обращения: 02.12.2020)

8. Почему российским директорам не нужны прорывные технологии // Ведомости: официальный сайт. – Текст : электронный. – URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2018/09/12/780615-nenuzhni-prorivnie#galleries%2F140737494176310%2Fnormal%2F1> (дата обращения: 06.12.2020)

9. Цифровая трансформация в России – 2020. Обзор и рецепты успеха. – Текст : электронный. – URL : <https://drive.google.com/file/d/1xVK4lSanDZSCN6kGANXikrGoKgpVlcwN/view> (дата обращения 06.12.2020)

УДК 330.4; ГРНТИ 06.35.51

ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ РАЗЛИЧИЙ ЗАВИСИМОСТИ КОНЕЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ОТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МАТЕРИАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ И РЫНКА ТРУДА РЕГИОНОВ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

М.А. Говрякова

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина,
Российская Федерация, Рязань, mary.govryackova2011@yandex.ru*

Аннотация. В работе рассматривается эконометрическое моделирование социально-экономического развития Центрального федерального округа России. Получены значимые факторы, влияющие на конечное потребление рассматриваемых регионов. Были проанализированы статистические характеристики регрессионных моделей и в результате выбрана наилучшая модель.

Ключевые слова: конечное потребление, экономические факторы, эконометрическая модель, регрессия.

THE STUDY OF REGIONAL DIFFERENCES BASED ON THE FINAL CONSUMPTION OF THE ECONOMIC INDICATORS OF MATERIAL WELL-BEING AND LABOUR MARKET REGIONS OF THE CENTRAL FEDERAL DISTRICT

M.A. Govryakova

*Ryazan State University named after S.A. Esenin,
Russia, Ryazan, mary.govryackova2011@yandex.ru*

The summary. The paper considers the econometric modeling of the socio-economic development of the Central Federal District of Russia. Significant factors affecting the final consumption of the regions under consideration are obtained. The statistical characteristics of the regression models were analyzed and the best model was selected as a result.

Keywords: final consumption, economic factors, econometric model, regression.

Проблемы согласованного и устойчивого социально-экономического развития отдельных регионов и страны в целом являются как никогда актуальными. Исследователи отмечают, что развитие Российской Федерации в условиях перехода к рыночным отношениям вызвало много серьезных проблем. К резкой дифференциации регионов РФ по уровню социального и экономического развития привело отсутствие эффективных форм и методов про-

ведения региональной политики [1]. Для эффективного принятия решений на региональном уровне требуется определить общие факторы, влияющие на уровень социально-экономического развития.

Можно предположить, что фактическое конечное потребление домашних хозяйств является характеристикой социального благополучия населения регионов. Но работ, посвящённых эконометрическому моделированию зависимости конечного потребления от различных факторов, довольно мало. Например, в статье [2] исследована регрессионная зависимость фактического конечного потребления от численности населения.

Целью данной статьи является построение эконометрической модели, выявляющей региональные различия во влиянии экономических факторов материального благосостояния и рынка труда на фактическое конечное потребление методом анализа панельных данных, который позволяет выявить скрытые региональные эффекты и дифференциацию регионов России в фактическом конечном потреблении. Зависимой переменной Y является фактическое конечное потребление домашних хозяйств за период с 2002 по 2018 год ($T = 18$). В качестве первичных объясняющих переменных использованы экономические факторы, перечисленные в таблице 1. Факторы объединены в группы, представляющие основные сферы экономики регионов, характеризующие социальное благополучие: материальное благосостояние населения ($X_1 - X_5, X_8, X_9$), рынок труда (X_6, X_7). Все показатели являются абсолютными величинами, кроме фактора X_5 .

Для предотвращения эндогенности объясняющие переменные были взяты с временным лагом, равным 1 по отношению к зависимой переменной Y (в соответствии с методологией, предложенной в [3]).

Объектами настоящего исследования являются регионы Центрального федерального округа России. Для анализа была собрана панель из перечисленных факторов для регионов ЦФО ($n = 18$) России за период с 2001 по 2017 год. Всего для каждой переменной рассматривается $nT = 306$ значений. Источник статистических данных – Федеральная служба государственной статистики [4]. Для вычислений использовались табличный процессор MS Excel и пакет Eviews. Уровень значимости 0,05.

Таблица 1. Логическая модель факторов социального благополучия регионов России

Группа факторов	Наименование фактора	Обозначение	Единицы измерения
Материальное благосостояние населения	Среднедушевые денежные доходы	X_1	Руб.
	Среднедушевые расходы населения	X_2	Руб.
	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций	X_3	Руб.
	Средний размер назначенных пенсий	X_4	Руб.
	Удельный вес расходов домашних хозяйств на оплату жилищно-коммунальных услуг	X_5	%
	Стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг руб.	X_8	Руб.
	Общая площадь жил помещений в среднем на 1 жителя	X_9	м ²
Рынок труда	Численность экономически активного населения	X_6	Шт.
	Число предприятий и организаций	X_7	Шт.

Некоторые характеристики описательной статистики для зависимой переменной Y и объясняющих факторов X_j , $j = \overline{1; 9}$ приведены в таблице 2.

Таблица 2. Описательные статистические характеристики исходных данных

Пере- менная	Среднее	Стандартная ошибка	Медиана	Стандартное отклонение	Асим- метрич- ность	Минимум	Максимум
Y	525538,7	72780,6	176586,4	1273140,6	4,4	20589,1	8691516,9
X_1	15002,5	645,1	13328,6	11284,6	1,2	1264	62532
X_2	10928,2	468,1	9210,75	8188,4	1,5	1271	47597
X_3	15543,7	659,4	13891,5	11534,6	1,6	1760,5	73812
X_4	6262,0	230,9	5884,4	4038,5	0,2	1038,5	14410
X_5	9,1	0,1	9	2,3	0,3	4,2	16,5
X_6	1119,6	81,8	628	1430,6	2,9	325	7234
X_7	98283,1	14103,6	28279,5	246711,9	3,8	13197	1281657
X_8	7686,3	227,9	7207,55	3986,3	0,5	2209,2	21437,8
X_9	24,8	0,2	24,8	2,9	0,2	18,7	33,7

Спецификация эконометрической модели проводилась в два этапа [5].

На первом этапе данного исследования мы проанализировали диаграммы рассеяния признаков $(Y_{t+1}, X_{j(t)})$, $j = \overline{1; 9}$ и выбрали наилучшую модель парной регрессии для каждой пары $(Y_{t+1}, X_{j(t)})$, $j = \overline{1; 9}$. Для всех факторов наилучшей является линейная зависимость $Y_{t+1} = a_0 + a_j X_{j(t)}$, $j = \overline{1; 9}$.

На втором этапе мы оценили линейное уравнение общей (сквозной) регрессии

$$Y_{i(t+1)} = a_0 + \sum_{j=1}^9 a_{i,j} X_{i(t),j} + \varepsilon_{i(t)}, \quad t = \overline{2001; 2017}, \quad (1)$$

в котором $X_{i(t),j}$ – значение фактора X_j для i -го региона в момент времени t , $\varepsilon_{i(t)}$ – случайная составляющая i -го региона. Статистические характеристики уравнения (1) представлены в таблице 3.

Таблица 3. Основные статистические характеристики уравнения (1)

Характеристика	Значение
R^2	0,9807
Остаточная сумма квадратов (RSS)	$9,5 \cdot 10^{12}$
F -статистика	1675,31
Вероятность F -статистики	$4 \cdot 10^{-248}$
Статистика Дарбина – Уотсона	0,4657
Статистика Жака – Бера	38,76
Информационный критерий Akaike	27,17
Информационный критерий Schwarz	27,17
Информационный критерий HQ	27,10
незначимые факторы	X_1, X_8

Так как исходный набор объясняющих переменных содержит 9 факторов, то можно предположить, что среди них будут статистически незначимые факторы или мультиколлинеарные факторы. Отбор статистически значимых факторов проводился также в два этапа.

На **первом этапе** были выявлены коллинеарные факторы. Для этого были вычислены элементы корреляционной матрицы полного набора факторов (таблица 4).

Таблица 4. Корреляционная матрица факторов Y_{t+1} и $X_{j(t)}$ $j = \overline{1; 9}$

	Y	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9
Y	1									
X_1	0.73	1								
X_2	0.76	0.99	1							
X_3	0.72	0.98	0.96	1						
X_4	0.28	0.84	0.81	0.85	1					
X_5	-0.06	0.23	0.18	0.29	0.44	1				
X_6	0.91	0.57	0.61	0.53	0.09	-0.09	1			
X_7	0.89	0.56	0.61	0.49	0.07	-0.21	0.93	1		
X_8	0.47	0.93	0.91	0.93	0.97	0.39	0.29	0.27	1	
X_9	-0.22	0.4	0.36	0.43	0.73	0.52	-0.25	-0.38	0.62	1

Коллинеарными между собой оказались следующие факторы (коэффициент корреляции $r_{X_i X_j} > 0,7$):

X_1 и X_2 , X_1 и X_3 , X_1 и X_4 , X_1 и X_8 ;

X_2 и X_3 , X_2 и X_4 , X_2 и X_8 ; X_3 и X_4 , X_3 и X_8 ; X_4 и X_8 , X_4 и X_9 ; X_6 и X_7 .

На **втором этапе** мы применили метод исключения статистически незначимых факторов из уравнения (1). Значения индексов детерминации, уровней значимости для коэффициентов при переменных и информационных критериев для полученного уравнения приведены в таблице 5.

На основе значений уровней значимости для коэффициентов при переменных мы исключили статистически незначимые факторы X_1, X_8 из уравнения (1).

Таблица 5. Некоторые статистические характеристики уравнений общей регрессии, полученных при использовании метода исключения

Характеристика	Исключенная переменная		
	нет	X_1	X_8
R^2	0,98075	0,98075	0,98074
P для X_1	0,89	—	—
P для X_2	0,001	$2,1 \cdot 10^{-5}$	$1,6 \cdot 10^{-5}$
P для X_3	$2,2 \cdot 10^{-46}$	$2,2 \cdot 10^{-57}$	$4,1 \cdot 10^{-62}$
P для X_4	$1,3 \cdot 10^{-20}$	$7,4 \cdot 10^{-22}$	$9,5 \cdot 10^{-36}$
P для X_5	0,007	0,007	0,006

Продолжение Таблицы 5

P для X_6	$7 \cdot 10^{-13}$	$5,5 \cdot 10^{-13}$	$3,5 \cdot 10^{-13}$
P для X_7	0,06	0,04	0,03
P для X_8	0,88	0,89	–
P для X_9	$1,2 \cdot 10^{-23}$	$5 \cdot 10^{-24}$	$3,2 \cdot 10^{-24}$
P для C	$5,6 \cdot 10^{-17}$	$3,1 \cdot 10^{-17}$	$2,3 \cdot 10^{-17}$
AIC	27,1745	27,168	27,1616
SBIC	2,1664	27,1477	27,1291
HQ	27,1007	27,0893	27,078

Методом анализа панельных данных исследовалось эконометрическое уравнение (объяснённая переменная Y была включена в уравнение регрессии с лагом):

$$Y_{i(t+1)} = a_0 + \sum_{j \in \{2;3;4;5;6;7;9\}} a_{i,j} X_{i(t),j} + u_i + \varepsilon_{i(t)}, \quad t = \overline{2001; 2017}, \quad (2)$$

где a_0 – средняя величина скрытого эффекта;

$X_{i(t),j}$ – значение фактора X_j для i -го региона в момент времени t ;

u_i – нормированный индивидуальный эффект i -го региона (т.е. $u_i = \tilde{u}_i - a_0$, где $\tilde{u}_i$ – индивидуальный эффект i -го региона);

$\varepsilon_{i(t)}$ – случайная составляющая i -го региона.

Для выявления оптимальной структуры влияния значимых факторов на конечное потребление регионов Центрального федерального округа России (выбора наилучшего уравнения) были построены: модель общей регрессии (OR-модель), модели несвязанных регрессий по регионам (UR-модель), модель с фиксированными эффектами (FE-модель), модель со случайными эффектами (RE-модель). Выбор наилучшей модели осуществлялся с помощью теста Хаусмана, LM-теста Бройша – Пагана и F-теста Вальда [6]. Основные статистические характеристики построенных моделей приведены в таблице 6, а результаты проверки гипотез в таблице 7.

Таблица 6. Основные статистические характеристики регрессионных моделей

Характеристика	Модель			
	OR-модель	UR-модель	FE-модель	RE-модель
R^2	0,981	Max = 0,999 Min = 0,992	0,944	0,987
Остаточная сумма квадратов (RSS)	$9,5 \cdot 10^{12}$	$6,3 \cdot 10^{11}$	$6,2 \cdot 10^{12}$	1,115
F -статистика	1675,31	Все значимые	715,95	3226
Вероятность F -статистики	$4 \cdot 10^{-248}$		$3 \cdot 10^{-182}$	$1,02 \cdot 10^{-276}$
Статистика Дарбина – Уотсона	0,4677		0,841	0,4677
Статистика Жака – Бера	38,76		201,24	38,76
Информационный критерий Акаике	27,1616		26,5797	27,1616
Информационный критерий Шварца	27,1291		26,5472	27,1291
Информационный критерий Ханнана – Куинна	27,078		26,4961	27,078

Таблица 7. Наблюдаемые и критические значения тестов о выборе наилучшей модели

Тест (нулевая гипотеза)	Значение		Вывод
	Наблюдаемое	Критическое	
<i>F</i> -тест Вальда (OR-модель предпочтительнее FE-модели)	22,79	2,04	отклонена
<i>F</i> -тест Вальда (UR-модель предпочтительнее FE-модели)	-36,06	2,04	принята
<i>F</i> -тест Вальда (UR-модель предпочтительнее RE-модели)	-38,39	2,04	принята
<i>LM</i> -тест Бройша – Пагана (OR-модель предпочтительнее RE-модели)	10,39	3,84	отклонена
Хаусмана (RE-модель предпочтительнее FE-модели)	216,96	5,99	отклонена

Из таблиц 6 и 7 следует, что в порядке убывания предпочтительности построенные модели можно расположить следующим образом: UR-модель, FE-модель, RE-модель, OR-модель. Другими словами, на уровне значимости 0,05 предпочтительна модель несвязанных регрессий (UR-модель). Это означает, что индивидуальные различия между регионами по величине фактического конечного потребления существенны, отсутствует взаимосвязь между регионами.

Таким образом, данное исследование показало существенную дифференциацию регионов Центрального федерального округа по величине фактического конечного потребления.

Библиографический список

1. Латышева М.А. Эконометрическое моделирование уровня социально-экономического развития регионов Российской Федерации // Управление большими системами: сборник трудов. 2009. Вып. 27. С. 282–292.
2. Регрессионная модель зависимости конечного потребления от численности населения // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2017: сб. тр. междунар. науч.-техн. и науч.-метод. конф.: в 8 т. Т. 2. / под общ. ред. О.В. Миловзорова. Рязань: Рязан. гос. радиотехн. ун-т, 2017; Рязань. С. 137–140.
3. Вакуленко Е.С. Миграционные процессы в городах России: эконометрический анализ // Прикладная эконометрика. – 2012. – № 1 (25). – С. 25–50.
4. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. 2002–2017 гг. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 26.06.2020).
5. Орлова И.В., Половников В.А. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование: учебное пособие. М.: Вузовский учебник, 2011. С. 230–231.
6. Эконометрика: учебник для магистров / под ред. И.И. Елисеевой. М.: Издательство Юрайт, 2014. 453 с.

УДК 65.016.7; ГРНТИ 82.15.17

АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

С.Н. Беликова*, Н.Г. Кошелева**

*Рязанский институт (филиал) Московского Политехнического университета,
Российская Федерация, Рязань, *belikova.svetlana2010@yandex.ru, **kosheleva_nl17@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматривается механизм управления предприятием в условиях кризисной ситуации. Описаны различные подходы к определению влияния кризисных переломов на дальнейшее функционирование организации. Приведена систематизация антикризисных мероприятий, основанная на разделении основных направлений осуществления антикризисного менеджмента. Определены важнейшие критерии оценки эффективности антикризисного управления и рассмотрен алгоритм ее проведения.

Ключевые слова: менеджмент, антикризисное управление, экономическое развитие, кризисная ситуация, эффективность управления.

ANTI-CRISIS MANAGEMENT, THE EFFECTIVENESS OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT

S.N. Belikova *, N.G. Kosheleva**

*Ryazan Institute (branch) of Moscow Polytechnic University,
Russian Federation, Ryazan, *belikova.svetlana2010@yandex.ru, **kosheleva_nl17@mail.ru*

Abstract. The article discusses the mechanism of enterprise management in a crisis situation. Various approaches to determining the impact of crisis fractures on the further organization functioning are described. The anti-crisis measures systematization is given, based on the division of the main directions of anti-crisis management implementation. The most important criteria for assessing the effectiveness of anti-crisis management are determined and an algorithm for its implementation is considered.

Keywords: management, crisis management, economic development, crisis situation, management efficiency.

Понятие «антикризисный менеджмент» в последние десятилетия стало одним из наиболее важных в сфере управленческого менеджмента.

Распространение в экономической литературе идей антикризисного управления и углубленное изучение антикризисных основ связано в первую очередь с быстрым развитием научно-технической базы ведущих стран мира, что неизбежно приводит к новым кризисным ситуациям как на уровне государства, так и на уровне отдельных организаций и предприятий.

При этом антикризисный менеджмент на предприятиях часто осуществляется стихийно, на интуитивном уровне, не имея достаточных экономических обоснований для принятия тех или иных управленческих решений.

В связи с этим **целью исследовательской работы** является изучение общих вопросов антикризисного менеджмента, рассмотрение основных методов его осуществления и анализ системы оценок, дающих комплексное представление об эффективности антикризисного управления.

Актуальность и практическая значимость выбранной темы исследования обусловлена рядом объективных причин. Среди них можно выделить:

- 1) экономическую нестабильность;
- 2) низкий уровень качественного потенциала управленческих кадров;
- 3) отсутствие экономических концепций и стратегий развития хозяйственных субъектов;
- 4) сложность прогнозирования кризисных ситуаций в условиях рыночной экономики и другие.

К изучению понятия «антикризисный менеджмент» представители разных школ подходят с противоположными точками зрения.

Западная литература предлагает понимать под антикризисным управлением определенный вид деятельности по преодолению кризисной ситуации, которая является угрозой для функционирования организации и при которой главным вопросом становится вопрос дальнейшего существования.

В других источниках антикризисный менеджмент – это средство, позволяющее создавать приемы, обеспечивающие возможность прогнозирования возникновения очередного кризисного перелома, а также планирования политики и стратегии предприятия.

Такое отличие в рассмотренных определениях, в первую очередь, связано с отношением авторов к кризисной ситуации, в последнем случае кризис представлен как совокупность обстоятельств, которые несут положительный характер для компании и дают ей новый импульс для дальнейшего развития.

В обоих случаях субъектами антикризисного управления выступают квалифицированные группы лиц, которые посредством различных инструментов управленческого воздействия осуществляют целенаправленное регулирование и контроль деятельности объекта управления для преодоления кризисной ситуации; а объект антикризисного управления – компании, организации или предприятия, пострадавшие от последствий кризисных обстоятельств или желающие предотвратить (минимизировать) эти последствия.

Цель проведения антикризисных мероприятий во многом формируется исходя из определения антикризисного менеджмента. Поэтому, можно сказать, что основная цель принятия антикризисных управленческих решений – восстановление деятельности предприятия, пострадавшего от неблагоприятных кризисных обстоятельств, и профилактика их наступления.

Помимо основной существуют локальные цели, которые определяются миссией компании.

Для достижения основной и локальных целей антикризисный менеджмент выполняет определенный комплекс задач. Все задачи, осуществляемые антикризисным управлением, можно объединить в три крупных блока. К ним относятся:

1) Разработка системы мониторинга и прогнозирования, адекватная оценка и предупреждение предкризисных состояний;

2) Обеспечение функционирования и жизнеспособности экономической системы во время кризисных состояний, поиск возможностей для «перелома» кризисной ситуации и возвращения к прежнему режиму работы.

3) Минимизация кризисных последствий после локализации или полного устранения кризисной ситуации.

Основой антикризисного менеджмента является разработка и осуществление комплексных мероприятий, направленных на преодоление кризисных обстоятельств и устранение их негативных последствий.

Принятие антикризисных мер не является универсальным решением, и в зависимости от специфики организации и рода ее деятельности комплекс мер, направленный на разрешение кризисной ситуации, может существенно изменяться.

Для разработки конкретного комплекса антикризисных мероприятий необходим глубокий анализ внешний и внутренний среды организации.

В теории современного менеджмента наиболее эффективным и часто используемым считается SWOT-анализ предприятия.

При составлении антикризисной программы необходимо объективно оценить достоинства, недостатки, возможности и угрозы рассматриваемого объекта антикризисного управления, учитывая их приоритетный порядок в зависимости от целей и задач компании.

Другим инструментом, позволяющим проанализировать состояние организации в конкретный промежуток времени является модель Адизеса.

Суть использования этого метода заключается в проведении аналогии между живым организмом и рассматриваемой компанией. Модель жизненного цикла Адизеса включает в себя

десять стадий. Согласно его теории, проблемы у организации неизбежно будут возникать на каждом этапе жизненного цикла. Адизес разделил проблемы, с которыми может столкнуться организация, на 2 группы:

1) Нормальные – проблемы естественные для текущей стадии жизненного цикла. Успешное решение этих проблем помогает компании расти и переходить на следующие уровни развития.

2) Аномальные – те проблемы, которые не должны возникать на данном этапе развития. Они требуют первостепенного и оперативного вмешательства, так как могут привести к падению эффективности или преждевременной смерти организации.

После проведения всестороннего и глубокого анализа предприятия на основании полученных данных можно разработать конкретный перечень мер, последовательная реализация которых должна привести компанию к выходу из кризисной ситуации.

Изучив и проанализировав наиболее популярные мероприятия по преодолению кризисных ситуаций, можно сделать вывод, что все мероприятия подразделяются на две категории: антикризисное управление персоналом и антикризисное финансовое управление.

Антикризисное управление персоналом. Так как сокращение числа сотрудников и снижение заработной платы не являются оптимальными решениями антикризисного управления, следует разработать системы отбора и стимулирования работников, которые позволят преодолеть кризисные последствия с наибольшей эффективностью и наименьшими потерями для организации и ее сотрудников.

Для преодоления кризисной ситуации необходимо разработать систему критериев, которыми должны обладать сотрудники для поддержания нового вектора развития. Если действующие сотрудники не отвечают заданной системе критериев и качеств, управляющему отделу следует переориентировать кадровую политику для привлечения молодых квалифицированных специалистов и освобождения от занимаемых должностей прежних сотрудников.

Также важно создать комфортную и благоприятную обстановку внутри коллектива, оказать работникам психологическую поддержку, подчеркнуть значить сотрудника как специалиста и как человека для успешного всестороннего развития компании. Для достижения этого результата необходимо использовать многоуровневую систему, которая состоит из следующих подсистем:

- 1) Набор и учет персонала;
- 2) Управление трудовыми отношениями внутри коллектива;
- 3) Оптимизация трудовых ресурсов;
- 4) Обеспечение оптимальных условий для труда;
- 5) Информационное обеспечение и обучение персонала;
- 6) Управление социальным развитием.

Антикризисное финансовое управление. Антикризисное финансовое управление – это процесс предотвращения и преодоления финансовой стагнации на предприятии в условиях развивающегося или прогнозируемого кризиса.

Для рассматриваемой методики преодоления кризисной ситуации в зависимости от стадии развития кризиса характерны следующие управленческие решения:

- 1) Повышение качества труда, уменьшение расходов на производство и сопутствующие услуги;
- 2) Реорганизация предприятия и принятие решений, которые могут не вписываться в стратегический план развития компании;
- 3) Реструктуризация задолженностей;
- 4) Ликвидация компании.

С течением времени проводимая антикризисная компания должна привести к конечному результату, который зависит от эффективности управленческих решений.

Эффективность комплекса антикризисных мероприятий определяется уровнем смягчения кризисных последствий, позитивным использованием последствий кризиса в контексте сопоставления их с затраченными ресурсами.

Рассмотрим факторы, характеризующие уровень эффективности проведения антикризисной политики предприятия:

- 1) Профессиональный уровень и подготовка кадров;
- 2) Индивидуальное умение антикризисных управленцев;
- 3) Система решений в кризисных ситуациях;
- 4) Научные методологии;
- 5) Корпоративность;
- 6) Оперативность и гибкость управления;
- 7) Стратегия антикризисных программ;
- 8) Система мониторинга кризисов.

На практике достаточно сложно оценить эффективность антикризисного менеджмента в точных расчетных показателях, поскольку результат осуществления антикризисного управления не всегда предстает в однозначном виде.

Для выстраивания методики оценки эффективности антикризисного менеджмента, необходимо определить ключевые характеристики эффективности управления. При комплексном подходе к определению уровня эффективности следует учесть такие составляющие как устойчивость, адаптивность, финансовая эффективность, экономичность, управляемость, инновационность, социальная эффективность и рациональность организационной структуры.

Вышеперечисленные показатели характерны для эффективного антикризисного управления, которое основано на рациональных принципах и методиках его осуществления, следовательно, они могут быть использованы в качестве объективных критериев эффективности антикризисного управления.

На основании предложенного метода оценки эффективности каждый блок критериев рассматривается в соответствии с перечнем показателей, свойственных указанным характеристикам. На основании анализа каждого отдельного блока критериев дается промежуточная оценка деятельности предприятия, которая позволяет сформировать целостное представление об эффективности комплекса мероприятий антикризисного менеджмента.

Таким образом, существует несколько подходов к определению антикризисного менеджмента, но в обобщенном виде антикризисный менеджмент – это комплексная система управления, направленная на предотвращение и устранение кризисной ситуации в организации, и ликвидацию ее негативных последствий, основной целью которого является принятие антикризисных управленческих решений.

В ходе достижения основной цели антикризисный менеджмент решает ряд определенных задач и выполняет общие и специфические функции управления.

Исходя из спецификации предприятия или организации, на которых осуществляется антикризисное управление, задачи антикризисного менеджмента, могут видоизменяться, но в любом случае для разработки эффективного комплекса антикризисных мероприятий требуется глубокий анализ внешней и внутренней среды компании.

Определение эффективности комплекса антикризисных мер строится на объективных факторах, характеризующих смягчение негативных кризисных последствий.

Библиографический список

1. Балдин, К.В. Антикризисное управление финансами предприятия / К.В. Балдин и др. - М.: МПСИ, МОДЭК, 2016. - 336 с.
2. Дашков, В.М. Антикризисное управление. - М.: и Ко, 2015. - 380 с.
3. Лебедев, Г. В. Теория антикризисного менеджмента. Учебник. - М.: Магистр, Инфра-М, 2015. - 624 с.

4. Фролова, О.Д. Основы антикризисного управления предприятиями. - М.: Academia, 2017. - 496 с
5. Большаков, А. С. Антикризисное управление на предприятии. Финансовый и системный аспекты / А.С. Большаков. - М.: СПбГУП, 2017. – 488 с
6. Волостнов, Д.К. Теория И Практика Оценочной Деятельности / Волостнов. - Москва: Машиностроение, 2015. - 169 с.
7. Кондратьева К.В. Оценка эффективности антикризисного управления на предприятии // Вестник Пермского университета. - 2016.

УДК 339.138; ГРНТИ 06.81.85

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ ПРОДВИЖЕНИЯ В КОМПАНИИ

О.И. Швайка

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, semer-ka@yandex.ru*

Аннотация. В данной работе рассмотрена сущность системы управления маркетинговыми технологиями продвижения в компании, выявлены ее основные компоненты и инструменты, проведена оценка процесса брендинга в компаниях и выявлены этапы ребрендинга и его значение в современных условиях.

Ключевые слова: бренд, диджитал-маркетинг, инструменты продвижения, кобрендинг, маркетинговые технологии, ребрендинг, рестайлинг.

MANAGEMENT SYSTEM OF MARKETING TECHNOLOGIES OF PROMOTION IN THE COMPANY

O.I. Shvaika

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, semer-ka@yandex.ru*

The summary. In this paper, the essence of the management system of marketing technologies of promotion in the company is considered, its main components and tools are identified, the process of branding in companies is evaluated, and the stages of rebranding and its significance in modern conditions are identified.

Keywords: brand, digital marketing, promotion tools, cobranding, marketing technologies, rebranding, restyling.

В настоящее время именно маркетинг обеспечивает основные конкурентные преимущества компании. Маркетинг постоянно эволюционирует, подстраиваясь под процессы изменения рыночной среды. Особое влияние на его развитие оказывают улучшения технологий (информационных, биологических, когнитивных новаций, визуализация и развитие цифровых процессов), бизнес-коммуникаций, социальные, экономические и политические аспекты внешней среды. Глобальное интерактивное рыночное пространство является следующим шагом в развитии рынка.

На первое место в маркетинге ставится потребитель благодаря изменениям в социуме и потребительском поведении. Таким образом, появилась потребность в совершенно новых маркетинговых технологиях и инструментах. Именно современным маркетинговым инструментам и технологиям продвижения отводится главная роль при разработке процесса коммерциализации инновационных продуктов и услуг.

Структура и компоненты системы управления маркетинговыми технологиями продвижения в компании

Рассмотрим систему управления маркетинговыми технологиями продвижения в компании. При осуществлении покупок потребители учитывают свое эмоциональное отношение

к продукту или бренду. Бренды при принятии решений о покупках среди конкурирующих товаров и компаний являются рыночным ориентиром, снижая рыночную неопределенность и экономя время покупателей.

Составными частями бренда являются:

- марочное имя;
- логотип;
- слоган;
- торговая марка (ТМ);
- «товарный знак» (ТЗ);
- джингл (звуковой логотип).

Имя, логотип и слоган составляют ядро бренда.

Таким образом, бренд – это идея, мотивирующая целевого потребителя сделать выбор в пользу определенного продукта; эмоции, вызываемые у потребителя различными торговыми марками.

Процесс разработки бренда и управления им называют брендингом (branding) или бренд-строительством (brandbuilding). Брендинг – это:

- создание образа товара в сознании покупателя;
- поддержание репутации, качества, известности и привлекательности образа товарного знака;
- наука «создания долгосрочного покупательского предпочтения к определенной товарной марке».

К чертам развития брендинга на современном этапе относят:

- эволюцию предпринимательства и потребителей;
- усиление значения бренд-менеджмента;
- переход от ориентации маркетинга на товар к ориентации маркетинга на потребителя;
- многоотраслевая и интернациональная рыночная экспансия компаний;
- потребности потребителей в брендах не только с физическими и социальными ценностями, но и ценностями в самоуважении и самореализации.

В связи с тем, что на рынках достаточно высокий уровень конкуренции среди компаний, последним приходится постоянно думать о корректировке маркетинговой политики и разработке инновационных продуктов с последующим их продвижением с помощью маркетинговых технологий. Поэтому акцент ставится на формировании и постоянном продвижении сильного корпоративного бренда.

Классический бизнес-процесс формирования бренда состоит из следующих этапов:

1. Анализ маркетинговой среды.
2. Формирование стратегии брендинга:
 - разработка миссии бренда;
 - целевое позиционирование бренда;
 - разработка концепции бренда;
 - определение стратегии бренда в рамках брендового портфеля.
3. Реализация стратегии бренда:
 - разработка и регистрация торговой марки;
 - продвижение бренда;
 - дистрибуция бренда.
4. Аудит и корректировка стратегии бренда.

В процессе брендинга возможно расширение бренда, например, если происходит расширение марки на новый потребительский сегмент.

Стратегия бренда занимает центральное место в корпоративной стратегии компании – это план действий по позиционированию бренда с учетом возможных будущих потребительских потребностей и конкурентных стратегий.

Выделяют шесть моделей управления брендом и товаром:

- товарного бренда (product brand);
- бренда товарной линии (line brand);
- ассортиментного бренда (range brand);
- зонтичного бренда (umbrella brand);
- исходного бренда (source brand);
- поддерживающего бренда (endorsing brand).

Стоимость бренда складывается из следующих компонентов:

- разница между ценой товара-бренда и аналога-не бренда, умноженная на объем продаж;

- экономию затрат на продвижение;
- возможность входа на новые потребительские рынки с минимальными затратами;
- создание отраслевых барьеров для входа;
- всевозможные торговые рычаги.

Таким образом, выделяют значительное число разработанных исследовательскими компаниями моделей анализа брендов для прогнозирования эффективности и оценки потенциальной стоимости бренда, но в то же время, с точностью 99,9 % ни одна модель не сможет прогнозировать успех конкретного бренда у потребителей.

Ребрендинг (rebranding) – это комплекс мероприятий по изменению всего бренда либо его компонентов. Ребрендинг применяют компании, если:

- происходит слияние двух или более компаний;
- название компании слишком узкое и мешает расширению бизнеса;
- название компании - морально устаревшее, не в ногу со временем;
- название слишком длинное и трудно для произношения или запоминания;
- у компании устойчивая негативная репутация;
- изначально неверное позиционирование бренда;
- при изменении рыночных условий, когда адаптация существующего бренда невозможна;

- при низком уровне осведомленности потребителей о бренде;
- при начале проигрывания бренда конкурентам;
- при появлении новых амбициозных задач перед брендом.

Выделяют три вида ребрендинга:

- структурный ребрендинг – подчеркивают лучшие идентификаторы, трансформируют выживший бренд или разрабатывают новый, например, при слиянии равных корпораций или поглощении нескольких более мелких;

- стратегический ребрендинг – изменение идентификаторов, связанных со сферой деятельности компании, например, при необходимости перепозиционирования на рынке;

- функциональный ребрендинг – корректировка существующих идентификаторов при помощи усиления воздействия на целевую аудиторию.

Последовательность реализации этапов процесса ребрендинга зависит от положения бренда на настоящий период времени и от стоящих перед обновленным брендом задач. Подробно они представлены в следующей таблице 1.

Таблица 1. Этапы ребрендинга и их содержание

№	Этап	Содержание
1	Маркетинговый аудит бренда	Цель - измерение уровня «здоровья» бренда, оценка имиджа и узнаваемости марки, ее сильных и слабых сторон и конкурентных преимуществ. Оценивают текущее состояние бренда, отношение к нему и уровень лояльности целевых аудиторий. Принимают решение о степени изменений: поверхностное изменение визуальных атрибутов бренда – рестайлинг / редизайн или радикальное изменение характеристик бренда – ребрендинг. Аудит бренда включает: – изучение текущего состояния бренда: определение сильных сторон и конкурентных преимуществ, анализ атрибутов бренда, анализ лояльности к бренду, знание бренда и пр.; – изучение возможности влияния на потенциального потребителя; – анализ потенциального рынка; – оценка маркетинговых ресурсов компании – владельца бренда.
2	Улучшение основных элементов идентичности бренда	Разработка нового позиционирования - основы для обновления визуальных и вербальных атрибутов, коммуникационной стратегии бренда.
3	Донесение до целевого потребителя сущности ребрендинга в виде новых характеристик и выгод изменившегося бренда	Изменение внутренней культуры компании через укрепление таких качеств, как гордость и уверенность, обновление конкурентной энергетики, перенос принадлежности от структурных подразделений к головной компании.

В зарубежных компаниях ребрендинг часто проводится для усиления корпоративной культуры.

Рестайлинг – это смена идентифицирующих элементов, позволяющая компании показывать обновление и современность бренда потребителям через модификацию существующих внешних составляющих бренда и разработку новых внешних атрибутов.

Репозиционирование – изменение установки в сознании потребителей по отношению к бренду через изменение внутренних характеристик бренда с целью повышения интереса потребителей к бренду.

Итак, ребрендинг – комплексное мероприятие, включающее репозиционирование и рестайлинг.

Кобрендинг – это согласованное продвижение торговых марок для:

- защиты потребителей марки от перехода на предложения конкурентов;
- роста объемов и частоты потребления продуктов и услуг;
- расширения целевой аудитории и привлечения новых потребителей;
- выпуска новых продуктов и захвата новых рынков;
- расширения партнерской сети, каналов коммуникации и распределения продукции и услуг;
- роста осведомленности о марке через расширение зоны контактов с ней;
- расширения круга лояльных потребителей марки.

Следующим инструментом системы управления маркетинговыми технологиями является диджитал-маркетинг (digital-marketing), который открывает для компаний новые возможности эффективного продвижения товаров или услуг и взаимодействия с целевыми аудиториями. Данный инструмент – это совокупность инструментов продвижения по цифровым каналам распространения информации. К каналам распространения диджитал маркетинга относят:

- интернет и устройства, предоставляющие к нему доступ;
- экстранет и устройства, предоставляющие к нему доступ;
- мобильные телефоны;
- цифровое телевидение, интегрированное с интернет-приложениями;
- digital media – интерактивные экраны, POS-терминалы в торговых комплексах, на улице, транспорте.

Основные инструменты диджитал-маркетинга подробно перечислены в следующей таблице 2.

Таблица 2. Основные инструменты диджитал-маркетинга

№	Название инструмента	Сущность
1	технология BIG DATA – массивы данных больших объемов	Группа подходов, инструментов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объемов и значительного многообразия для получения результатов, воспринимаемых человеком.
2	контекстная реклама – Google Adwords, Yandex Direct	Показ рекламных объявлений заинтересованным в них в данный момент времени пользователям. В контекстной рекламе производится оплата за посетителей, что управляемо, но дороже поисковой оптимизации.
3	RTB (англ. real time bidding) – торги в реальном времени	Аукцион состоит из более 10 000 площадок с миллиардами показов в сутки. Торги идут за каждый показ каждому посетителю. Технологии RTB анализируют известные данные клиента еще при загрузке страницы.
4	ретаргетинг (англ. retargeting) – пере-нацеливание	Показ рекламных объявлений тем, кто уже посещал сайт
5	SMM (англ. social media marketing) – социальный медиамаркетинг	Создание лояльной аудитории в социальных сетях за счет публикации полезной информации и общения с потенциальными потребителями. Решаемые задачи: – повышение узнаваемости компании и ее продуктов; – формирование положительного образа; – создание системы взаимодействия компании с клиентами; – привлечение целевой аудитории; – формирование лояльного ядра целевой аудитории; – влияние на поисковое продвижение; – проведение мониторинга социальных медиа.
6	SMO (англ. social media optimization) – оптимизация для социальных сетей	Комплекс технических мер, направленных на преобразование контента сайта с целью упрощения применения в сетевых сообществах для ссылок, цитат и репостов в социальных сетях.
7	SEO (англ. search engines optimization) – оптимизация сайта в поисковых системах	Система мероприятий по поднятию позиций сайта в поисковых системах по определенным запросам пользователей. При анализе эффективности поисковой оптимизации оценивают стоимость целевого посетителя с учётом времени вывода сайта на указанные позиции и конверсии сайта.
8	мобильный маркетинг	Система маркетинговых мероприятий по продвижению товаров или услуг с использованием средств сотовой связи. Достоинства: эффективность, расширение рекламных возможностей других медиа за счет интеграции в рекламную кампанию. Характеристики: массовость, интерактивность, персонификация, мультимедийность, круглогодичный и круглосуточный временной охват.

В реальности, инструментов диджитал-маркетинга значительно больше, мы рассмотрели получившие наиболее широкое распространение в мире и активно развивающиеся в последнее время.

Еще одним достаточно интересным вариантом управления маркетинговыми технологиями продвижения является продакт-плейсмент (product placement) – приём скрытой рекламы, при котором реквизиты героев в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах имеют реальный коммерческий аналог, который либо демонстрируется сам или его логотип, либо «случайно» упоминается о его хорошем качестве.

Преимущество продакт-плейсмента - низкая стоимость, т.к. при создании рекламного ролика клиент уже оплачивает создание ролика и его трансляцию на телеканалах, а при производстве скрытой рекламы используют ресурсную базу съемочного процесса.

Дарк-маркетинг (dark marketing) появился в связи со значительными ограничениями в рекламе ряда товаров, в т.ч. табачной и алкогольной продукции. Это инструмент построения коммуникации с брендом через нестандартные или неконтролируемые коммуникационные каналы, где рекламодатель остается в тени, а прямое упоминание бренда отсутствует. Поэтому особое внимание уделяется детальному «портрету» потенциального потребителя, его желаниям и ожиданиям.

На сегодняшний день дарк-маркетинг применяется в комплексе с другими инструментами продвижения и становится частью многих рекламных кампаний.

В настоящее время активно развивается нейромаркетинг, который основан на достижениях маркетинговой науки, когнитивной психологии и нейрофизиологии, нейробиологии с использованием технологии нейровизуализации и картирования мозга.

Цель нейромаркетинга - пробудить положительные эмоции, создать ощущение счастья, радости, удовольствия, успеха от приобретения продукта или услуги. Покупателям продаются сны, мифы, легенды, а не конкретный товар со своими потребительскими свойствами.

Внедряясь в физиологию человека, нейромаркетинг манипулирует на бессознательном уровне покупателями с помощью всех современных медицинских методов изучения мозга человека от позитронно-эмиссионной томографии, психолингвистических исследований, регистрации параметров работы сердечно-сосудистой системы, кожногальванической реакции на изменение электрического сопротивления кожи, сокращений лицевых мышц испытуемых фокус-группы при помощи электронейромиографии, электроэнцефалографии до анализа вызванных потенциалов головного мозга, магнитоэнцефалографии, функциональной магнитнорезонансной томографии, магнитно-резонансной спектрографии и регистрации движения глаз.

В результате, при таком изучении подсознательных реакций человека происходит нарушение неприкосновенности частной жизни и конфиденциальности физиологического состояния.

Выводы

Рассмотрев систему управления маркетинговыми технологиями продвижения в компании, мы выявили, что бренды при принятии решений о покупках среди конкурирующих товаров и компаний являются рыночным ориентиром, снижая рыночную неопределенность и экономя время покупателей. Кроме того, инструментами системы управления маркетинговыми технологиями являются диджитал-маркетинг, продакт-плейсмент, дарк-маркетинг и нейромаркетинг.

Таким образом, систему управления маркетинговыми технологиями продвижения в компании мы определили, как совокупность инструментов по управлению структурой коммуникаций, эффективностью реализации и продвижения товаров, контролем за исполнением маркетинговых программ по созданию, поддержке и расширению взаимовыгодных отношений с целевым потребителем для достижения целей компании.

Библиографический список

1. Годин, А.М. Инструменты современного маркетинга [Электронный ресурс] : Монография / А. М. Годин, О. А. Масленникова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 179 с. - ISBN 978-5-394-02485-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=62507> (дата обращения: 07.02.2021).
2. Ноздрева Р.Б. Развитие концепции маркетинга на основе эмпирической экономики / Р.Б.Ноздрева // Маркетинг в России и за рубежом. — 2018. — №4. — С. 3-12. Текст непосредственный.

УДК 338.242; ГРНТИ 82.15.09

КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ БИЗНЕС-АРХИТЕКТУРЫ СОВРЕМЕННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ*

Л.А. Федорова

Российский университет дружбы народов,

РФ, Москва, laf2006@yandex.ru

Рязанский государственный радиотехнический университет им. В.Ф.Уткина,

РФ, Рязань, laf2006@yandex.ru

Аннотация. В данной статье проведен анализ ключевых проблем построения бизнес-архитектуры промышленного предприятия, представлен обзор инструментария диагностики внутренних бизнес-процессов, предложены подходы к их грамотному выстраиванию и систематизации с целью повышения качества управления.

Ключевые слова: бизнес-архитектура, бизнес-процесс, процессное управление, процессный подход, организационная структура управления, нормы управляемости, диагностика, промышленное предприятие.

** Статья подготовлена в рамках проекта №201372-0-000 "Диагностика, управление и моделирование бизнес- процессов на промышленном предприятии", Российский университет дружбы народов.*

KEY PROBLEMS OF BUILDING A BUSINESS ARCHITECTURE A MODERN INDUSTRIAL ENTERPRISE

L.A. Fedorova

Peoples ' Friendship University of Russia,

Russian Federation, Moscow, laf2006@yandex.ru

Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin,

Russian Federation, Ryazan, laf2006@yandex.ru

Abstract. This article analyzes the key problems of building the business architecture of an industrial enterprise, provides an overview of the tools for diagnosing internal business processes, and suggests approaches to their competent construction and systematization in order to improve the quality of management.

Keywords: business architecture, business process, process management, process approach, organizational management structure, manageability standards, diagnostics, industrial enterprise..

В современных условиях мирового кризиса, вызванного последствиями пандемии COVID – 19, многие промышленные предприятия оказались на грани сокращения и ухода с рынка. Причинами сложившейся ситуации является не только закрытие границ, нарушение производственных цепочек, полный локдаун, но и неготовность предприятий к трансформации процессов управления. Анализ существующих подходов к формированию организационной структуры управления современных промышленных предприятий показал, что по-прежнему предпочтение отдается функциональному построению управленческих взаимодействий. Несомненно, функциональный подход обладает некими плюсами, но с точки зрения выстраивания деятельности каждого работника в виде последовательности действий с рас-

пределением ответственности за достижение / не достижение конечного результата этот подход оказался неприменим.

Следует отметить, что современное промышленное предприятие – это весьма сложная система, и чтобы грамотно выстроить процесс управления ею необходимо провести декомпозицию, выделить составные части и не потерять связи между ними. Только разделяя бизнес-процессы на компоненты и синтезируя их в единую систему, возможно учесть все их специфические особенности, выявить последовательность, исключив дублирование функций, ликвидируя участки с отсутствием распределения ответственности. Совокупность имеющихся бизнес-процессов формирует бизнес-архитектуру предприятия. Действие процессного подхода направлено на формирование информации об идентификации, последовательности процесса, об его поставщиках, потребителях и других элементах, которая используется владельцем процесса и руководством в системе управления предприятием [1].

Рассматривая проблемы выстраивания бизнес-архитектуры промышленного предприятия, следует выделить следующие:

1. Снижение показателей деятельности компании – низкая производительность, уменьшение доли рынка, потеря клиентов, падение объема продаж – когда собственников не устраивают показатели деятельности компании, но они не знают, как их улучшить и что для этого надо делать;

2. Перегрузка топ-менеджмента – генеральный директор вынужден принимать решения по мелким вопросам повседневной деятельности компании, которые относятся к сфере ответственности руководителей среднего и нижнего уровней управления. Делегирование полномочий отсутствует или затруднено.

3. Зоны ответственности и полномочий не определены – особенно это касается руководителей нижних уровней и не регламентированы ни по вертикали, ни по горизонтали – увеличение числа нерешенных проблем.

4. Недовольство потребителей качеством предоставляемых услуг и товаров – при выполнении работ зачастую невозможно определить, кто отвечает за конечный результат, предоставляемый клиенту, а степень удовлетворенности клиентов не контролируется.

5. Деятельность компании непрозрачна для инвесторов – искажение финансовой отчетности, непрозрачность процессов управления.

6. Высокий уровень внутренних, непроизводственных затрат – высокие издержки на управление по причине большого числа функций контроля и согласований, длинный цикл принятия и исполнения управленческих решений.

7. Большие уровни товарных запасов, превышающие месячную потребность предприятия, их разбалансированность.

8. Дублирование функций подразделений, с одной стороны, когда разные подразделения выполняют одни и те же или схожие функции, а с другой – существуют виды деятельности, за которые никто не отвечает.

9. Неактуальность и противоречивость нормативных и регламентных документов (не связанные между собой).

10. Большие затраты на ввод в строй и обучение новых сотрудников, их обучение должностным обязанностям проводится руководителем подразделения и занимает много времени. Отсутствует система управления знаниями.

В таблице 1 ниже представлены рекомендации и инструментарий диагностики внутренних бизнес-процессов.

Таблица 1. Результаты диагностики бизнес-архитектуры промышленного предприятия

	Ключевые выявленные проблемы	Рекомендации
1	Высокий уровень затрат при низкой производительности труда	Определение статей затрат, поддающихся сокращению, пределы сокращения
2	Отсутствие нормирования труда и норм управляемости, особенно это касается вспомогательных и административных работников	Установить нормы и унифицировать их
3	Неравномерность рабочей загрузки	Пересмотреть графики рабочего времени, сбалансировать нагрузку через коррекцию функций
4	Сложная система принятия управленческих решений	Сокращение количества уровней управления
5	Недостатки организации бизнес-процессов	Реинжиниринг процессов
6	Несбалансированность структуры персонала	Пересмотреть квалификационные характеристики, привести должностные инструкции к соответствию профессиональным стандартам
7	Наличие дублирующих функций	Расписать бизнес-процессы и исключить дублирование
8	Наличие участков с «нулевой» ответственностью	Расписать бизнес-процессы, выявить «провалы» ответственности, установить зависимость ответственности с конкретными должностями, зарегистрировав это в должностной инструкции

Для того чтобы увеличить результативность управления предприятием, используя инструментальный процессный подход необходимо провести декомпозицию бизнес-процессов в общей архитектуре. Выделяя бизнес-процесс, можно отметить его следующие характерные признаки и их структуры:

- процесс, ориентирован на конкретного потребителя (внешнего или внутреннего), который является получателем конечного результата процесса;
- требования потребителя, представленные в виде определенного набора характеристик, характеризуют начало процесса - вход в процесс;
- заказ (запрос) потребителя запускает процесс, а предоставление результата завершает его;
- процесс образуется совокупностью взаимосвязанных и завершенных работ – результаты одной работы являются началом другой, образуя цепочку внутренних поставщиков и потребителей. Таким образом, каждый участник процесса является одновременно потребителем результатов работы предыдущего и поставщиком для следующего за ним исполнителя;
- каждая из работ (процедур процесса) обычно выполняется отдельными людьми или подразделениями. Подразделение может одновременно принимать участие в нескольких процессах;
- процессы повторяются во времени [2].

Основными этапами оптимизации и трансформации бизнес-архитектуры предприятия являются: диагностика; оценка результатов диагностики; разработка решений и целевой модели бизнес-архитектуры; детализация целевой модели; внедрение; контроль по результатам внедрения; управление изменениями.

Таким образом, грамотное выстраивание бизнес-процессов промышленного предприятия и систематизация архитектуры управления направлены на достижение следующих ре-

зультатов: сокращение непроизводительных расходов; повышение качества процесса; сокращение оборотного времени; перегруппировка персонала и четкое выстраивание его функционала по зонам ответственности выстроенных бизнес-процессов; высвобождение топов от рутины для решения стратегических задач; повышение точности прогнозирования.

Библиографический список

1. Азарская, М.А. Процессный подход к формированию учета: конспект лекций / М.А. Азарская; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018.
2. URL: https://studme.org/87166/ekonomika/biznes-protsess_obekt_issledovaniya

УДК 332; ГРНТИ 06.52

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ РЕГИОНОВ РФ

И.П. Соловьева, М.В. Куприянова

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, solov0112@yandex.ru, mvkupriyanova@gmail.com*

Аннотация. В статье выявлены проблемы оценки уровня цифровизации регионов. Представлены концептуальные основы методики оценки цифровизации на основе композиции многомерных факторов по различным направлениям регионального развития и возможность их интеграции в обобщающий индекс цифрового развития территории.

Исследование проведено при поддержке гранта РФФИ № 20-010-00219.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, модель оценки, уровень цифровизации, методика оценки, индекс цифровизации.

PROBLEMS OF EVALUATING THE REGIONAL LEVEL OF DIGITIZATION IN RUSSIA

I.P. Solovieva, M.V. Kupriyanova

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russian Federation, Ryazan, solov0112@yandex.ru, mvkupriyanova@gmail.com*

Abstract. The article identifies the problems of evaluating the level of digitization of regions in Russia. The proposed approach relies on the conceptual foundations of the multidimensional evaluation methodology which includes various parameters of regional development and makes it possible to integrate them into a general index of the regional digitization level.

The study was supported by the RFBR grant No. 20-010-00219.

Key words: digitization, digital transformation, evaluation model, level of digitization, evaluation methodology, digitization index.

Современный этап развития России характеризуется возрастающей ролью цифровых процессов. Утвержденная в 2017 году Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» определила основные направления развития и подходы к пониманию цифровой экономики. Своевременность и необходимость принятия этой программы обусловлена тем, что в 2016 году по готовности к цифровой экономике Россия была на 41-м месте и на 38-м - по экономическим и инновационным результатам исследования цифровых технологий (версия Всемирного экономического форума «Глобальные информационные технологии»). Мониторинг, поддержка и развитие данной программы осуществляется на самом высоком государственном уровне. Так в декабре 2020 года на международной конференции Artificial Intelligence Journey в дискуссии «Искусственный интеллект – главная технология XXI века», в целях реализации планов цифровизации России президент РФ Владимир Путин заявил о необходимости осуществления цифровой трансформации в масштабах всей страны. Акцент был сделан на разработку стратегических направлений цифровой трансформации десяти ключевых отраслей российской экономики и социальной сферы, с целью улучшения качест-

ва жизни населения. Следует подчеркнуть, что особое внимание было уделено разработке программ цифровой трансформации и внедрению искусственного интеллекта на региональном уровне.

Вопросам внедрения и развития цифровых технологий уделяется значительное внимание в научной отечественной литературе. Однако остается открытым вопрос о методике оценки цифровизации на уровне региона [2].

Национальный индекс развития цифровой экономики, разрабатываемый под контролем Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций, планируется утвердить к концу 2021 года. В настоящее время проект концепции и методологии расчета индекса, предложенный Российским университетом кооперации, не получил единогласную поддержку регионов, и продолжается процедура согласования единого подхода к оценке регионального уровня цифровизации.

На сегодняшний день большая часть исследований регионального уровня цифровизации опирается на данные по индексу «Цифровая Россия». Индекс «Цифровая Россия», по словам авторов исследования (Сколково), отражает наличие и успешность инициатив, связанных с цифровизацией на региональном уровне. Однако следует заметить, что в основу расчета данного индекса положена информация о публичном упоминании в открытых источниках, а это не всегда объективно, особенно если основу региональной промышленности формируют предприятия оборонно-промышленного комплекса.

Проведенное авторами статьи исследование зарубежных и отечественных методик оценки уровня цифровизации показало [4], что применяемые в настоящее время глобальные индексы цифровой экономики и индексы цифровой «зрелости» не способны объективно отразить уровень цифровизации регионов. Таким образом, проблема заключается в отсутствии единой и общепринятой методики, применение которой способно предоставить не только информацию для анализа процессов цифровизации, но и для разработки направлений развития региона в цифровом пространстве.

Решение рассматриваемого вопроса усугубляется отсутствием единого мнения о наборе входящих в расчетные индексы показателей и методики сбора интегрального индекса в условиях неоднородности объектов. В этой связи следует заметить, что показатели, используемые в оценке цифровизации, должны непосредственно отражать влияние цифровых процессов на качественные показатели уровня жизни в регионах, давать информацию об эффективности инвестиций в цифровизацию.

Измерение индекса цифровизации региона в целом и региональной промышленности в частности должно учитывать специфику и разнообразие исследуемых объектов, динамику изменений основных показателей в процессе цифровой трансформации, а также особенности социальных и экономических последствий цифровизации. Некоторую ясность в решении данной проблемы должно внести решение о введении с 2020 года отчетности по форме № 3-информ «Сведения об использовании цифровых технологий и производстве связанных с ними товаров и услуг». На наш взгляд методика, базирующаяся на официальной статистической информации, позволит более объективно оценивать процессы цифровой трансформации.

Эффективность процесса цифровизации может быть оценена с помощью показателей, критериев, индикаторов, индексов эффективности, которые удовлетворяют требованиям, представленным на рисунке 1.

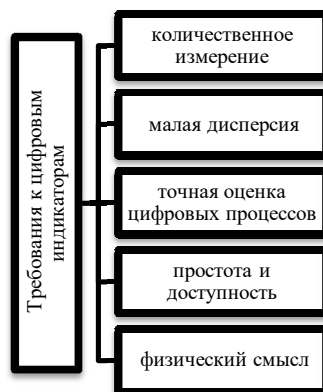


Рис. 1. Требования к цифровым индикаторам

Следует заметить, что применение абсолютных показателей нецелесообразно. Необходимо на основе имеющихся показателей провести формирование соразмерных критериальных индексов, отражающих многомерность процесса цифровизации по различным направлениям, что даст возможность их интеграции в единый рейтинговый индекс, характеризующий уровень цифровизации региона.

За основу методологического подхода к оценке может быть принята предложенная Евдокимовой Е.Н. [1] трехмерная модель, включающая экономический, социальный и экологический аспекты развития региона (рис. 2).

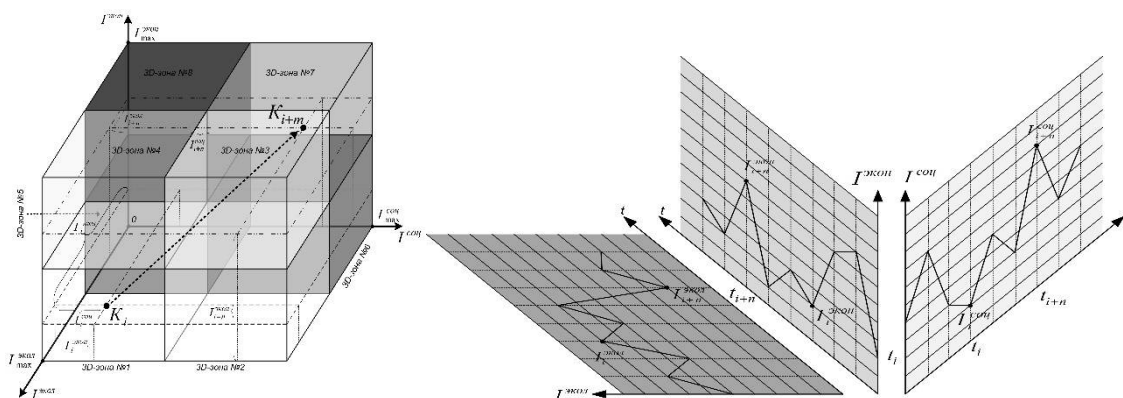


Рис. 2. Трехмерная модель оценки регионального развития

При этом для адаптации модели к задаче оценки регионального уровня цифровизации, предлагается оценивать показатели развития региона, изменяющиеся под влиянием цифровых процессов. В каждый момент времени t положение точки K_i в трехмерном пространстве будет идентифицировать уровень цифрового развития региона. В качестве максимальных, средних и минимальных значений по осям могут быть приняты как лучшие показатели по регионам РФ, так и целевые, экспертно заданные уровни развития. Каждая из составляющих $I^{соц}$, $I^{экон}$, $I^{экол}$ рассчитывается на основе переменных, измеряющих отдельную характеристику региона.

Предположим, X_{ik} – переменная, измеряющая отдельную характеристику региона, $k = \overline{1, N}$ – это исследуемый регион. Пусть $m_i = \min_{k=1, N} \{X_{i,k}\}$ и при этом $M_i = \max_{k=1, N} \{X_{i,k}\}$. Тогда в каждом отдельном случае индекс будет рассчитываться как (1):

$$I_{ik} = \frac{X_{ik} - m_i}{M_i - m_i}. \quad (1)$$

По построению, X_{ik} лежит в интервале от 0 до 1, и $(M_i - m_i) > 0$, $M_i > m_i$.
Сводный индекс каждого из измерений рассчитывается как (2):

$$\tilde{I}_k = e^{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \ln I_{ik}}. \quad (2)$$

Перечень показателей для расчета составляющих трехмерного пространства предлагается сопрягать с национальным набором показателей целей устойчивого развития (ЦУР) [3]. По состоянию на январь 2021 года набор показателей включает 160 параметров, которые иллюстрируют динамику достижения стратегических задач развития. Так, в соответствии с международной концепцией ЦУР, цель № 9 «Создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям» напрямую связана с интенсивностью и успешностью процессов цифровизации. Соответственно, и такие показатели, как «доля социально значимых объектов инфраструктуры, имеющих возможность подключения к широкополосному доступу к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» могут быть применены в качестве исходных данных для расчета $I^{экон}$ в трехмерной модели. Влияние цифровизации на отдельные параметры социального и экологического развития не столь очевидны и требуют дополнительных исследований.

Составляющие трехмерное пространство измерения $I^{соц}$, $I^{экон}$, $I^{экол}$, могут в дальнейшем послужить основой для построения индекса диспаритета регионов по методологии ЮНИДО [5], который рассчитывается как (3):

$$I_z = \frac{n}{2(n-1)} \sum_{i=1}^n |z_i|, \quad \text{и} \quad z_i = s_i - \frac{1}{n}, \quad (3)$$

где I_z – индекс диспаритета регионов для показателей z ; для целей исследования в качестве таких показателей могут быть взяты сводные индексы трехмерного пространства модели;

n – количество исследуемых регионов;

s_i – доля i -го региона в общем значении выбранной переменной.

Таким образом, оцениваемый в динамике трехмерный показатель будет отражать результаты влияния цифровизации на достижение целей устойчивого развития в каждом отдельном регионе. Разрабатываемая авторами методика, в основу которой положены представленные в данной статье подходы, позволит проводить оценку уровня цифровизации объекта исследования (региона, отрасли, предприятия) и выделить наиболее привлекательные объекты для инвестирования государственных средств с целью развития территорий.

Библиографический список

1. Евдокимова Е.Н. Методология стратегического управления развитием воспроизводственных процессов в промышленности региона в условиях инновационной экономики. Автореферат дисс... доктора экономических наук: 08.00.05 / ГОУВПО Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет. Санкт-Петербург, 2013. – 40 с.
2. Евдокимова Е.Н., Куприянова М.В., Соловьева И.П., Симикина И.П. Методологические аспекты определения уровня цифровизации промышленного производства. // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Т. 10. № 8-1. С. 327-334. <http://doi.org/10.5281/zenodo.4568909>.
3. Национальный набор показателей ЦУР. Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/sdg/national>.
4. Соловьева И.П. Обзор зарубежных и отечественных методик оценки уровня цифровизации / И.П. Соловьева, М.В. Куприянова // Актуальные проблемы менеджмента, экономики и экономической безопасности: материалы II Междунар. науч. конф. (Костанай, 28 сент. 2020 г.) / редкол.: О.В. Мишулина [и др.] – Чебоксары: ИД «Среда», 2020. – С. 125-130. – ISBN 978-5-907313-81-1. <http://doi.org/10.31483/r-96267>.
5. Цифровая трансформация промышленности: проблемы управления, методология оценки: научная монография / Е.Н. Евдокимова [и др.]; Федерал. гос. бюджет. образоват. учр-е высш. образ-я «Ряз. гос. радиотехнич. ун-т им. В.Ф. Уткина». – Рязань, 2020. – 117 с. <http://doi.org/10.5281/zenodo.4312719>.

УДК 65.011; ГРНТИ 06.81

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

И.А. Аксенова, И.П. Соловьёва

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, aksenovalittle99@mail.ru, Solov0112@yandex.ru*

Аннотация. В работе рассмотрены ключевые факторы, влияющие на эффективность функционирования малого предприятия. Представлены результаты экспресс-диагностики малого предприятия с целью выявления его состояния и определения направлений повышения эффективности его деятельности.

Ключевые слова: эффективность предприятия, результативность предприятия, оценка эффективности, экономические показатели, конкурентоспособность, объем продаж.

IMPROVEMENT OF SMALL BUSINESS EFFECTIVENESS

I.A. Aksenova, I.P. Soloviova

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, aksenovalittle99@mail.ru, Solov0112@yandex.ru*

The summary. The paper discusses the key factors which influence an effective performance of a small business. Given the results of a small business express diagnosis aimed at identifying its condition and ways of improving its performance effectiveness.

Keywords: company efficiency, company performance, effectiveness evaluation, economic indicators, competitiveness, sales volume.

В настоящее время все большее значение приобретает необходимость упорядочивания всех направлений деятельности предприятия для повышения его эффективности, улучшения производственного процесса, для обеспечения конкурентных преимуществ, получения новых и расширения старых рынков сбыта [1].

Эффективная деятельность малого предприятия – это достижение максимальных результатов при минимальных затратах. Оценка эффективной деятельности предприятия позволяет определить уже достигнутые результаты и потраченные на это ресурсы, тем самым выбрать наилучшую стратегию повышения эффективности.

Пути повышения эффективности предприятия – комплексная система мероприятий, связанная с ростом результативности деятельности предприятия в определённых направлениях [2].

Факторы эффективности деятельности малого предприятия можно разделить на 2 группы: внешние и внутренние.

К внешним факторам относятся: политические, природные, демографические, экономические факторы, факторы конкуренции и технологические факторы.

Внутренние факторы включают в себя экстенсивные и интенсивные факторы.

К интенсивным факторам следует отнести структуру кадров, рост квалификации персонала, производительность труда работников, технологии и ноу-хау, систему организации и стиль управления предприятием, степень оснащённости основными средствами, качество продукции и др.

Экстенсивные факторы подразделяются на количественные и временные факторы.

К количественным факторам следует отнести средства труда, трудовые ресурсы, предметы труда, объем выпуска реализации.

Временные факторы: продолжительность функционирования основных фондов, продолжительность оборота оборотных производственных фондов, продолжительность рабочего времени, продолжительность использования рабочей силы [3].

Факторы, представленные выше, являются основой для разработки направлений повышения эффективности деятельности предприятия. Основные направления повышения эффективности деятельности малого предприятия представлены на рисунке.



Рис. Направления повышения эффективности деятельности малого предприятия

Следует заметить, что разработке мероприятий по повышению эффективности деятельности бизнес-процессов любого предприятия предшествует большая организационная и аналитическая работа, значимой составной частью которой является диагностика состояния объекта исследования по различным направлениям.

В данной статье представлены результаты экспресс-диагностики малого предприятия ООО «Кондитерская «Римские каникулы» с целью выявления его состояния и определения направлений по повышению эффективности его деятельности.

ООО «Кондитерская «Римские каникулы» занимается производством и оптовой продажей кондитерских изделий.

На первоначальном этапе экспресс-диагностики была использована бухгалтерская и статистическая отчетность предприятия. Основные результаты деятельности предприятия и расчетные показатели рентабельности за последние 3 года представлены в таблице 1.

Таблица 1. Анализ результатов деятельности предприятия 2018-2020 г.г.

Показатели, тыс. руб.	2018	2019	2020	Отклонение		Темп изменения	
				2019- 2018	2020- 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Выручка от продаж	33 150	35 810	42 420	2 660	6 610	108	118,5
Себестоимость продаж	26 940	28 720	37 090	1 780	8 370	106,6	129,1
Валовая прибыль	6 210	7 090	5 330	880	-1 760	114,2	75,1
Коммерческие расходы	4 940	6 070	4 090	1 130	-1 980	122,9	67,3
Прибыль от продаж	1 270	1 020	1 240	-250	220	80,3	121,5
Текущий налог на прибыль	250	200	250	-50	50	80	125
Чистая прибыль	1 020	820	990	-200	170	80,4	120,7
Рентабельность продаж по чистой прибыли	3,1	2,3	2,4	-0,8	0,1	74,2	104,3
Рентабельность продаж по валовой прибыли	18,7	19,8	12,5	1,1	-7,3	105,8	63,1

В результате анализа было выявлено, что выручка предприятия увеличилась на 28%, при этом произошел прирост себестоимости на 37%. Это связано с удорожанием сырья и материалов.

За анализируемый период рентабельность продаж по чистой прибыли уменьшилась на 22%, а коэффициент рентабельности продаж по валовой прибыли на 33%. Это свидетельствует о снижении эффективности предприятия из-за увеличения затрат.

Следующим этапом исследования является анализ рынка сбыта. Основные потребители предприятия представлены в таблице 2.

Таблица 2. Анализ потребителей ООО «Кондитерская «Римские каникулы»

Потребитель	Длительность сотрудничества	Выручка, тыс. руб.			Отклонения (+/-)		Темп роста (%)	
		2018	2019	2020	2019-2018	2020-2019	2019/2018	2020/2019
SeasonMarket	6 лет	150	110	120	-40	10	73,3	109,1
Сеть супер-маркетов Spar	7 лет	30 003	30 000	30 300	-3	300	100	101
Торговый Дом Дмитрогорский продукт	5 года	2 997	4 500	8 500	1 503	4 000	150,2	188,8
КруасАнна	3 года	-	1 200	3 500	-	2 300	-	291,6
ИТОГО	-	33 150	35 810	42 420	2 660	6 610	108,1	118,5

Из анализа видно, что предприятие осуществляет долгосрочное сотрудничество с компанией «Spar». Именно эта компания приносит наибольшую выручку предприятию (примерно 30 000 тыс. руб. в год).

Следует заметить, что 75% потребителей продукции предприятия составляют магазины. Тогда при расширении рынка сбыта можно сделать акцент на ресторанах, кафе, барах и т.д.

Если ООО «Кондитерская «Римские каникулы» расширит свой рынок сбыта, то компании понадобятся новые поставщики. На данный момент компания сотрудничает с ООО «Зельгрос». Данная фирма находится на рынке 10 лет.

Проведенное исследование выявило, что фирма не уделяет внимание рекламе, т.е. у нее практически отсутствует рекламная политика. Данное обстоятельство негативно сказалось на продвижении продукции.

Продвижение продукции - важный критерий эффективности деятельности предприятия. Рекламная деятельность направлена на привлечение новых клиентов, формирование положительного имиджа [4]. В целях устранения выявленной проблемы для исследуемого предприятия методом экспертных оценок были выявлены наиболее приемлемые виды рекламы. Конечные результаты исследования по средневзвешенной оценке представлены в таблице 3.

Таблица 3. Анализ рекламы

Вид рекламы	Годовые затраты на рекламу	Актуальность рекламы	Эффективность рекламы	ИТОГО
Landing page	5,5	5,5	3,5	14,5
Контекстная реклама	4,5	5,5	3,3	13,3
TV-реклама	1,3	4,5	3,3	9,1
Промо-акции	1,5	1,2	1,2	3,9
Наружная реклама	3,2	2,5	1,4	7,3

Таким образом, самыми оптимальными и эффективными видами рекламы для ООО «Кондитерская «Римские каникулы» являются сайт, визитка и контекстная реклама.

Резюмируя результаты проведенного исследования, следует заметить, что экспресс-анализ деятельности ООО «Кондитерская «Римские каникулы» позволил выявить негативные факторы в деятельности предприятия и предложить направления повышения эффективности его функционирования.

Для повышения эффективности деятельности предприятия целесообразно расширить рынок сбыта, осуществить поиск новых поставщиков, разработать рекламную политику фирмы. Активизация деятельности фирмы по предложенным направлениям позволит ей увеличить объем продаж, повысить конкурентоспособность, снизить затраты.

Библиографический список

1. Алижманова А.С. Методы и модели оценки эффективности деятельности предприятия / Алижманова А.С. // Институт стратегических исследований, 2015 г – с. 47 – 49.
2. Бариленко В.И. Анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / В.И. Бариленко [и др.] — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2009. — 356 с.
3. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. Эффективное предприятие его активы и стратегии // Проблема экономики и менеджмента, 2016 г.
4. Гуркина С.М. Использование ключевых показателей эффективности деятельности предприятий / С.М. Гуркина // Вестник науки и образования. 2017. № 1 (25). С. 45-47.

УДК 658.8; ГРНТИ 06.81.55

МАРКЕТИНГ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е.В. Башаева, А.В. Руденко

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, baschulya17@mail.ru, anlin4411@gmail.com*

Аннотация. В работе рассмотрены особенности маркетинга в банковской деятельности, его понятие и функции, и особенности.

Ключевые слова: маркетинг, банковский маркетинг

MARKETING AND ITS FEATURES IN BANKING

E.V. Bashaeva, A.V. Rudenko

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, baschulya17@mail.ru, anlin4411@gmail.com*

The summary. The paper considers the features of marketing in banking, its concept and functions and features.

Keywords: marketing, banking marketing.

Фундаментом успешного использования маркетинга в банковском секторе можно назвать определение его сущности в виде процесса сосредоточения ресурсов и целей, как ориентира банка на потребности и возможности внешней среды.

Понятие «маркетинг» происходит от английского слова market и дословно переводится как «рынок». Данный термин употребляют для определения особого подхода банком к реализации своих товаров на рынке, осуществлению рыночной стратегии и политики.

Дать определение термину «маркетинг» достаточно не просто, поскольку существует огромное множество формулировок. Их можно классифицировать в следующем виде:

- 1) В широком понимании маркетинг ставит перед собой целью приобретение необходимых товаров и услуг при помощи прямого обмена. Данный социальный процесс происходит как на уровне различных организаций, так и для отдельных субъектов и социальных групп;

- 2) В узком понимании маркетинг рассматривают как основополагающую совокупность процессов в управленческой деятельности предприятия. Данный процесс включает в себя ознакомление, анализ, планирование и осуществление контроля за реализацией проектов, направленных на исследование потребительского спроса, а также на организацию эффективного управления предприятием, чтобы по максимуму соответствовать требованиям не только потребителей, но и производителей;
- 3) Также, понятие маркетинга будет различаться в зависимости от направления специфики конкретных научных дисциплин.

Систематизация различных точек зрения к определению понятия «банковский маркетинг» представлена в таблице 1.

Таблица 1. Систематизация трактовок понятия «банковский маркетинг»

Автор	Определение
А. А. Мещерякова	Банковский маркетинг — это управленческая деятельность, поиск и использование банком наиболее выгодных рынков банковских продуктов с учетом реальных потребностей клиентуры, применяя основные маркетинговые методы для достижения максимальной прибыли [1]
С. А. Гурьянов	Банковский маркетинг – это комплексная система организации создания и сбыта банковских продуктов, ориентированную на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе изучения и прогнозирования рынка [2]
К. Р. Тагирбекова	Банковский маркетинг – это деятельность, направленная на доведение банковского продукта до клиента с помощью определенного набора инструментов, в которые входят исследование рынка, реклама, продвижение услуги, стимулирование продаж, послепродажный контроль [3]
В. Т. Севрук	Банковский маркетинг – приведение всех финансовых и прочих ресурсов банковского учреждения в соответствии с требованиями и возможностями рынка для получения прибыли [4]
В. К. Сенчагова	Банковский маркетинг – деятельность банка, ориентированная на изучение и удовлетворение потребностей клиентов [5]

Изучив приведенные выше определения понятия «банковский маркетинг», можно сделать следующие выводы. Некоторые авторы рассматривают банковский маркетинг как способ удовлетворения потребностей клиентов при помощи определенной системы организации создания и сбыта банковских продуктов. Другие авторы считают, что банковский маркетинг – это специализированная деятельность, направленная на достижение максимальной прибыли.

В определении понятия «банковский маркетинг» мы в большей степени придерживаемся точки зрения С.А. Гурьянова, поскольку данный автор наиболее ёмко и понятно смог описать данный процесс, выделив в нем такие ключевые составляющие, как удовлетворение потребностей клиентов и получение прибыли.

На основе анализа работы авторов дадим свое определение понятию «банковский маркетинг».

Банковский маркетинг — это процесс систематического повышения эффективности банковской деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей и выявление предпочтений потребителей с помощью применения определенных маркетинговых инструментов

Банковский маркетинг направлен на построение взаимоотношений между возможностями и характеристиками конкретного банка с клиентами на целевом рынке и обеспечивает достижение его основной коммерческой цели посредством полного удовлетворения выявленных потребностей клиентов. Однако, банковский маркетинг значительно отличается от маркетинга в других сферах экономической жизни.

Особенности маркетинга в банковском секторе во многом связаны со спецификой банковских продуктов. В современном обществе банки занимаются самыми разнообразными видами операций. Они не только организуют денежное обращение и кредитные отношения, но также финансируют экономику, страховые операции, покупку и продажу ценных бумаг и, в некоторых случаях, посреднические сделки и управление имуществом. В отличие от промышленности, сельского хозяйства, строительства, транспорта и связи, банки действуют в сфере обмена, а не производства, хотя все стадии общественного воспроизводства тесно взаимосвязаны и их разграничение имеет в конечном счете относительный характер.

Сформулируем основные функции банковского маркетинга:

- 1) углубленный анализ и прогноз рынка банковских услуг и его потребностей, а также внешней и внутренней среды;
- 2) комплексная оценка ресурсов, возможностей, угроз, сильных и слабых сторон банка;
- 3) планирование и организация сбыта, продвижение услуг, интегрированные маркетинговые коммуникации;
- 4) анализ товарной политики, управление спектром услуг исходя из требований рынка, конкурентной стратегии и банковского потенциала.

Одной из важнейших составных систем банковского маркетинга является маркетинговый инструментарий. Наиболее крупными его элементами являются:

- Исследование рынка;
- Разработка и реализация на этой основе рыночной (конкурентной) стратегии.

Каждый из этих элементов реализуется совокупностью маркетинговых инструментов, как показано на рисунке.

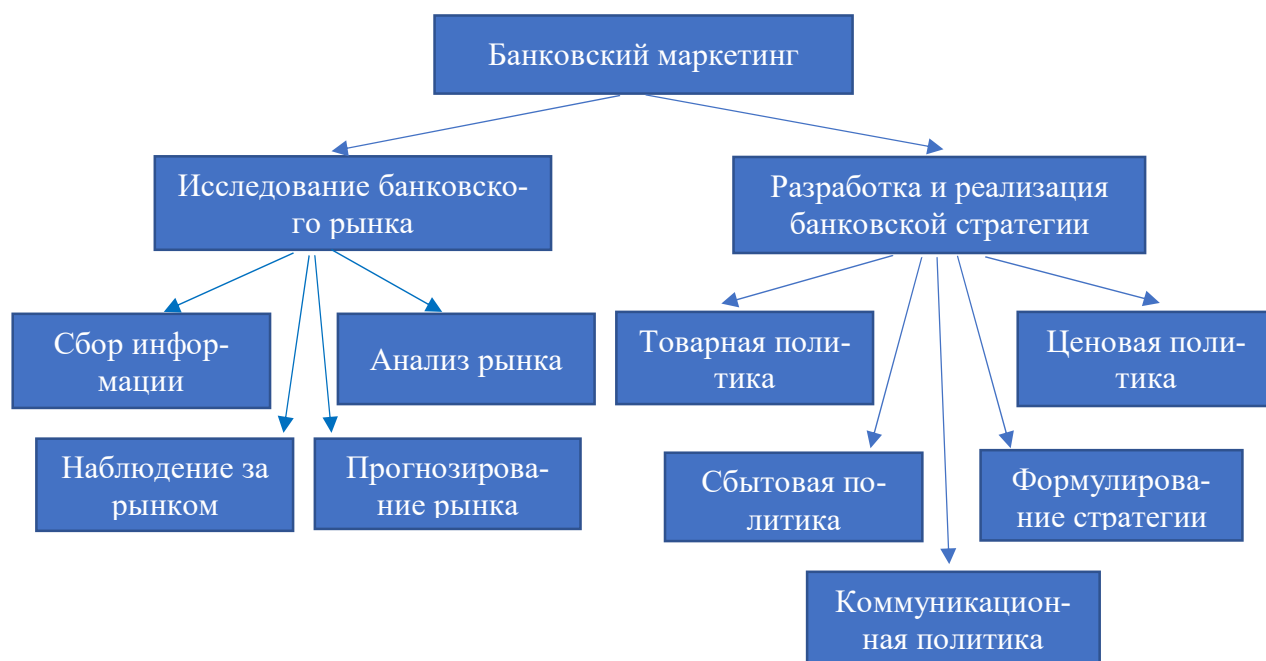


Рис. Инструменты банковского маркетинга

На основании теоретических и аналитических материалов можно сделать вывод, что для повышения конкурентоспособности и прибыльности банка необходимо не только развивать спектр предлагаемых услуг и новые рынки сбыта, но и проводить регулярные маркетинговые исследования, которые дают возможность понять реальные потребности клиентов, а значит, сформировать грамотную маркетинговую политику.

Работа выполнена под руководством Голевой Н.И.

Библиографический список

1. Мещеряков А.А. Банковский маркетинг. - М., 2007 г. – с.25.
2. Эффективность бизнес-коммуникаций на рынке банковских услуг: Учеб. пособие / С.А. Гурьянов, В.В. Томилов; М-во образования Рос. Федерации. С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов. Каф. маркетинга. - СПб.: Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та экономики и финансов, 2000. - 109 с.: ил., табл.; 20 см.; ISBN 5-7310-1174-5
3. Тагирбеков К.Р. Основы банковской деятельности (Банковское дело) Под ред. Тагирбекова К.Р. — М.: Издательский дом «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир», 2003. — 720 с. — (Высшее образование). 2003
4. Севрук, Велисава Тодорова. Банковский маркетинг [Текст] / Велисава Т. Севрук. - Москва: Академия народного хозяйства: Дело, 1994. - 126, [2] с.: ил.; 20 см. - (Банки и реальность).; ISBN 5-86461-147-6
5. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / [В. К. Сенчагов, А. И. Архипов, Г. Н. Чубаков и др.]; под ред. В. К. Сенчагова, А. И. Архипова; Рос. акад. наук. Ин-т экономики. Центр финансово-банк. исслед., Рос. акад. естеств. наук. Секция "Проблемы макроэкономики и соц. рыноч. хоз-ва". - М.: Проспект, 1999. - 486, [1] с.: ил.; 24 см.; ISBN 5-8369-0037-X

УДК 657.471; ГРНТИ 06.81.12

АВС-АНАЛИЗ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЗАПАСОВ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. Белова

*Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний,
Российская Федерация, Рязань, nasty_belova@mail.ru*

Аннотация. В данной статье рассмотрен метод управления запасами АВС-анализ, его теоретические основы и практическое применение.

Ключевые слова: запас, управление запасами, АВС-метод управления запасами.

ABC ANALYSIS FOR COMMERCIAL STOCK RESEARCH

A.A. Belova

*Academy of Law and Management of the Federal Penitentiary Service,
Russia, Ryazan, nasty_belova@mail.ru*

The summary. This article discusses such a method of inventory management as ABC analysis, its theoretical foundations and practical application

Keywords: stock, inventory management, ABC inventory management method

В современных условиях грамотное управление запасами играет большую роль в обеспечении эффективного функционирования предприятия.

Предприятие, желающее проводить эффективную производственно-хозяйственную деятельность, при рассмотрении вопросов, связанных с запасами должны учитывать, что запасы могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность предприятия. Положительное влияние запасов связано, прежде всего, с обеспечением бесперебойного производственного процесса, сокращением простоев оборудования и рабочей силы, повышением производительности труда и снижением общих издержек производства. Отрицательное же влияние запасов можно рассматривать с двух сторон. С одной стороны чрезмерное количество запасов приводит к порче сырья и материалов и к омертвлению денежных средств в запасах, а с другой – нехватка запасов может привести к большим убыткам, срыву процесса производства и потери доли рынка.

Сегодня на российских предприятиях существует ряд проблем в области управления запасами. Это и недостаток опыта при разработке алгоритмов управления запасами, и высокая вероятность ошибки при прогнозировании потребности в запасах, отсутствие четко сформированных стратегий управления запасами и другие.

Теоретические основы

По мнению М. Мейсона Гаффни (профессора экономического университета в Калифорнии), метод ABC-анализ берет начало в дискуссии, которая проходила в начале 80-х годов 19 века по поводу земельной ренты в Америке.

В 1883 году дискуссия проходила между Фрэнсисом Уолкером (1840-1897) и Генри Джорджем (1839-1897) - двумя выдающимися экономистами Америки. Генри Джордж предложил проводить анализ размера фермерских хозяйств и собираемых налогов с использованием долей в общем объеме. Это была идея нового подхода к качественному изучению экономических данных.

В 1905 году Лоренц Макс Отто в работе " Методы измерения концентрации богатства ", привел графическое изображение числовых данных о концентрации экономических объектов, которые были представлены по выше упомянутому принципу - отображению долей в кумулятивной исследуемой величине.

Свое начало ABC-анализ также берет и в работе и другого выдающегося экономиста - Парето. Занимаясь изучением экономической жизни Италии, Парето в 1906 году высказал мнение, что 80 процентов благосостояния итальянского общества контролируются 20 процентами общественного капитала.

Данным методом заинтересовался Дж. Джуран в 1937 году и предложил применить данный принцип для изучения разнообразных экономических и общественных ситуаций

После войны Джуран стал широко пропагандировать принцип Парето для решения задач менеджмента.

Таким образом, метод ABC-анализа был известен среди аналитиков уже в конце сороковых годов.

На современном этапе метод ABC-анализа широко применяется среди аналитиков для разделения больших массивов данных , исходя из их вклада на три группы А, В и С, чаще всего предметом анализа являются товарные группы или производственные запасы.

Методика проведения анализа предполагает ряд последовательных действий.

Сначала определяется цель, объект и критерий анализа.

Далее номенклатурные позиции ранжируется в порядке убывания приносящей выручки/затрат, определяется доля от общего оборота. Затем рассчитывается доля нарастающим итогом.

После определения долей нарастающим итогом номенклатура делится на группы А, В и С.

Разделив запасы на группы можно выделить для каждой свою стратегию управления и таким образом сократить уровень запаса, увеличить выручку и высвободить часть денежных средств.

Практическое применение

В рамках написания данной статьи была проанализирована система управления запасами на примере компании ООО «ИПРО», производящей и реализующей сигнализации с использованием мобильной связи.

Таблица 1. Динамика запасов за 2017-2019 гг.

Материальные оборотные средства	Значение показателя					Изменение за анализируемый период	
				в % к всего запасов		тыс. руб. (гр.4–гр.2)	±% ((гр.4–гр.2):гр.2)
	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019	на начало анализ. периода (31.12.2017)	на конец анализ. периода (31.12.2019)		
Запасы всего, в том числе	10 599	10 714	17 072	100	100	6 473	61,07
Сырье и материалы	7 474	6 964	11 097	70,52	65,00	3 623	48,47
Готовая продукция	930	964	1536	8,77	9,00	606	65,16
НЗП	2 194	2 786	4 439	20,70	26,00	2 245	102,32

Из таблицы 1 видно, что общий объем запасов ООО «ИПРО» растет, в особенности запасы сырья и материалов. Для определения степени затоваренности склада рассчитаем оборачивать каждой из статей запасов.

Таблица 2. Оборачиваемость отдельных групп запасов

Показатель оборачиваемости	Значение показателя					
	2017		2018		2019	
	Значение в днях	Коэффициент	Значение в днях	Коэффициент	Значение в днях	Коэффициент
Оборачиваемость запасов сырья и материалов	165	2,21	245	1,49	144	2,54
Оборачиваемость запасов готовой продукции	44	8,25	32	11,36	20	18,32
Оборачиваемость запасов незавершенного произ-	59	6,14	84	4,32	58	6,34

Из таблицы 2 видно, что несмотря на снижение показателя оборачиваемости в днях, по статье «Сырье и материалы» он продолжает иметь высокое значение, что говорит о затоваренности склада производственными запасами.

Для того, чтобы понимать, какие конкретно позиции на складе необходимо жестко контролировать, проведем ABC-анализ запасов по статье «Сырье и материалы».

Проведем ABC-анализ запасов по статье «Сырье и материалы» по критерию «стоимость закупки материалов».

Таблица 3. ABC-анализ производственных запасов

№ п/п	Наименование материала	Стоимость закупки, руб.	Доля, от общей стоимости, %	Совокупная доля, %	Группа
1	2	3	4	5	6
1	Печатная плата	3 996 250	36%	36%	А
2	Датчики	1 148 168	10%	46%	
3	Прочие материалы	1 062 535	10%	56%	
4	Микросхема	568 814	5%	61%	
5	Клемма	429 914	4%	65%	
6	Антенны	388 264	3%	68%	
7	Извещатели	385 267	3%	72%	
8	Конденсатор	375 645	3%	75%	
9	Видеокамеры	369 604	3%	79%	

Продолжение таблицы 3

10	Трансформатор	257 071	2%	81%	В
11	Корпус	256 973	2%	83%	
12	Реле	235 618	2%	85%	
13	Провод	217 041	2%	87%	
14	Диоды	182 190	2%	89%	
15	Держатели	160 594	1%	90%	
16	Модуль	153 542	1%	92%	
17	Кабель	150 405	1%	93%	
18	Разъем	130 411	1%	94%	С
19	Блоки питания	117 417	1%	95%	
20	Дроссели	117 316	1%	96%	
21	Аккумуляторы	114 554	1%	97%	
22	Индуктивность	74 836	1%	98%	
23	Транзистор	56 297	1%	99%	
24	Батарейки	39 893	0,4%	99%	
25	Чип	39 840	0,4%	99%	
26	Резистор	35 559	0,3%	100%	
27	Кнопка	17 169	0,2%	100%	
28	Резонатор	15 810	0,1%	100%	
х	Итого	11 096 997	100%	х	х

Таблица 4. Итоговые значения ABC-анализа производственных запасов по критерию «стоимость закупки материалов»

Группа	Стоимость, руб.	Доля в общем обороте, %	Количество наименований, шт.	Доля ассортимента, %
Группа А	8 724 461	79	9	32
Группа В	1 743 845	16	9	32
Группа С	628 961	5	10	36
Итого	11 096 997	100	28	100

Проведенный анализ показал, что особое внимание необходимо уделять запасам категории А: платы, датчики, микросхемы, клеммы, антенны, извещатели, конденсаторы и видеокамеры. Данные позиции запасов при их излишнем накоплении, в большей степени, чем другие оказывают влияние на омертвевшие в них денежные средства, что говорит о том, что из всей статьи «Сырье и материалы» наибольшее внимание, жесткий контроль, четкое прогнозирование и частый мониторинг должен проводиться именно по запасам группы А.

Для позиций группы А предприятию необходимо рассчитать оптимальный размер заказа, а также рассмотреть возможность применения технологии «точно в срок»

Контроль за позициями группы В предприятию можно проводить как по индивидуальным технологиям, так и по одинаковым.

Контроль за позициями группы С может осуществляться в более длительными перерывами.

Библиографический список

1. Буланкин А.Ю., Митина М.С., Области применения ABC- анализа в логистике, Актуальные проблемы авиации и космонавтики, Экономика и бизнес, 2015
2. Деревянко А.А., Рябова Т.В., Сущность и направления использования ABC-анализа, Современные тренды в экономике:новый взгляд, 2014
3. Ксеновонтова О.Л., Новосельская Н.А., ABC-анализ как средство управления товарным ассортиментом торгового предприятия: Экономические науки
4. Морковкина С.С., ABC-анализ как инструмент оперативного планирования основной деятельности организации: Экономический анализ: теория и практика, 2012
5. Шилинские И.А., Возможности использования метода ABC-анализа для изучения структуры ассортимента сбытовых предприятий, Вестник института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого, 2018

УДК 338.242.2; ГРНТИ 06.81.25; 82.15.17

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА КАК ОСНОВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В.Б. Мишин

*Рязанский государственный радиотехнический университет,
Российская Федерация, Рязань, vbm6565@mail.ru*

Аннотация. В работе рассматриваются закономерности совершенствования, место и роль технологического процесса в стратегическом развитии производственного предприятия. Наибольшая часть материала посвящена рассмотрению технико-экономического механизма обеспечения стратегического развития производственного предприятия и обеспечению его устойчивого развития в изменяющихся внешних и внутренних условиях деятельности. Также в докладе изложены предложения менеджерам, проводящим стратегические изменения на основе совершенствования технологического производственного комплекса.

Ключевые слова: научно-технологический процесс, технико-экономический механизм, стратегическое развитие, стратегические изменения, менеджер.

IMPROVING THE SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL PROCESS AS THE BASIS FOR THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE PRODUCTION ENTERPRISE

V.B. Mishin

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, vbm6565@mail.ru*

The summary. The paper considers the regularities of improvement, the place and role of the technological process in the strategic development of the production enterprise. The largest part of the material is devoted to the consideration of the technical and economic mechanism for ensuring the strategic development of the production enterprise and ensuring its sustainable development in the changing external and internal conditions of activity. The report also contains proposals to managers who are making strategic changes based on improving the technological production complex.

Keywords: scientific and technological process, technical and economic mechanism, strategic development, strategic changes, manager.

Исходные методологические утверждения. Количественно-качественный подход к анализу конкурентоспособности продукта (а значит и предприятия, производящего данный продукт) на рынке требует учитывать его качественные характеристики и количественные показатели. Качественные характеристики проявляются в потребительных свойствах выставленного на продажу продукта, количественные параметры проявляются не только в количестве продукта и его размерах, но и в цене производителя. Цена единицы продукта в основном определяется его себестоимостью. Конечно, надо признать и другие факторы, влияющие на цену единичного продукта. Среди них нужно отметить и спрос, и предложение, и сезонность, и существующая мода, а также множество других. Но следует признать, что именно себестоимость предопределяет рыночную цену, выражающую один из основных показателей товара – конкурентоспособность.

В существующих ныне жёстких условиях конкуренции и кризиса ценовой (денежный) фактор, как правило, является определяющим в борьбе за рынки сбыта продукции и придания устойчивости предприятию в условиях высокой волатильности (изменчивости) в экономике.

Понизить себестоимость продукции без снижения покупательной способности можно только путём совершенствования технологического комплекса, используемого в качестве основных активных средств производства.

В основе развития каждого предприятия и экономики в целом лежит **научно-технологический потенциал** предприятия, использование которого представляет собой научно-технологический процесс.

Научно-технологический процесс на производственном предприятии – это совокупность целенаправленных, устойчивых и последовательных действий руководителей-организаторов функционирования организации, обеспечивающих не только использование технологической составляющей в производстве, но и вызывающих изменения в содержании и структуре научно-технологического потенциала для совершенствования производства продукции (изделий) и повышения его эффективности. Ядром развития научно-технологического процесса является инновационное развитие технологического потенциала производственного предприятия.

К сожалению, стратегическое развитие предприятия зачастую связывают с совершенствованием маркетинговой и сбытовой деятельности, логистики, изменением рекламной политики и другими видами деятельности, связанными не с производством, а деятельностью в сфере обмена и сбыта товаров. Данная статья предлагает рассмотреть более глубокие процессы, предопределяющие долговременное развитие предприятия в стратегической перспективе.

В современных условиях успешная деятельность производственного предприятия характеризуется не столько прибыльностью, сколько устойчивостью. В любых высококонкурентных отношениях важна не прибыльность, а устойчивое функционирование предприятия, обеспечивающее его успешность.

В образовании доходности участвует не только цена, себестоимость, но и количество проданной продукции.

Любое развитие рыночной конъюнктуры вызывает противоречия между внешними условиями и внутренним потенциалом организации. Использование новых технологий есть основной способ разрешения этих противоречий.

Устойчивость в философском смысле – это состояние объекта, обуславливающее способность успешно функционировать и развиваться в изменяющихся внешней и внутренней средах. **Устойчивость предприятия** это такое его состояние, которое обеспечивает поддержание заданного режима функционирования при воздействии различных прямых и косвенных, долговременных и кратковременных, внешних и внутренних факторов. Важно подчеркнуть, что устойчивость предприятия (с позиции данного исследования) имеет большее отношение к обеспечению непрерывного характера изменений в процессе развития предприятия путём чередования и сочетания процессов его функционирования и развития.

Устойчивость предприятия имеет различные виды: операционная, инвестиционная, инновационная, финансовая; стратегическая, тактическая, операционная; организационная, экономическая, технологическая и другие. Но мало говорят, на наш взгляд, о главном виде и факторе устойчивости – технологическая.

В настоящее время сердцевиной устойчивого существования предприятия является низкая рыночная цена на продукцию, обеспечивающая в условиях циклических колебаний успешный сбыт продукции, а значит и устойчивую деятельность предприятия.

Экономическая суть взаимодействия работников и техники в процессе производства состоит в следующем. Технологическое развитие производства происходит ступенчато – посредством последовательной качественной смены технологических систем. Смена технологии вызывает глубокие всесторонние системные изменения на предприятии. Вот неполный перечень таких изменений: характер деятельности людей, производственный процесс, организационная, производственная и управленческая структуры, взаимосвязи с поставщиками, потребителями, финансовыми партнёрами и другие.

Исходя из этих суждений, можно утверждать, что ядром стратегических изменений является совершенствование технологического прогресса, вызывающее качественное изменение всех сторон деятельности предприятия.

Последовательное развитие и смена высоких технологий производства является основным условием абсолютного и относительного снижения цен.

Использование всё более высоких технологий не означает снижение трудовой занятости населения и уменьшения общей доходности населения, обнищания и падения мотивации к труду и повышению квалификации. Просто рабочая сила освобождается в данном производстве, что может служить предпосылкой для создания новых производств и предприятий, что в конечном итоге опять же приводит к развитию отечественной экономики и валового национального продукта.

Важно отметить и то, что совершенствование технологий на отдельных предприятиях и по стране в целом повышает потребность и интерес работоспособного населения в повышении своей грамотности, что является мощным мотивирующим фактором развития рабочей силы, стимулирует работодателей к использованию низкопроизводительные силы.

Технико-экономический механизм обеспечения стратегического развития предприятия путём разрешения противоречий между изменяющимися внешними условиями и внутренним производственно-технологическим потенциалом производственной компании содержит различные элементы и взаимосвязи между ними.

Себестоимость в основном, не вдаваясь в детали, состоит из отчислений в амортизационный фонд (амортизации основных средств производства), фонда оплаты труда, взятый в единстве с обязательными социальными платежами, затрат на предметы труда, а также административных управленческих расходов. На каждую названную составляющую себестоимости прямо и косвенно влияют технологии.

Прежде всего, технологии предопределяют количество и качество используемого живого труда реально участвующего в производстве, поэтому можно утверждать, что при этом меняется место и роль человека в производстве.

В диалектическом единстве затрат на амортизацию, оплату труда и стоимость оборотных средств снижение фонда оплаты труда вызывается тем, что при применении более высоких производственных технологий снижаются затраты живого труда (трудозатраты работников предприятия) на производство единицы продукции. Конечно, при этом, скорее всего, увеличивается доля амортизационных отчислений, но в совокупности общие затраты становятся меньше на единицу продукции. При неизменном количестве производства затраты живого труда и на амортизацию становится всегда меньше.

Увеличение выработки относительно снижает амортизационные затраты в единице продукции. А повышение долговечности использования продукта также вызывает относительное снижение себестоимости единицы продукта и создаёт новые возможности в снижении цены использования продукта в единицу времени, что является привлекательной характеристикой для потребителя продукта (изделия).

Соотношение затрат на живой труд и амортизационные отчисления характеризуется органическим строением капитала (ОСК). Чем большее количество технологического оборудования приводится в производственное движение одним и тем же количеством рабочих в течение определённого времени, чем более высокий показатель ОСК. Существенная и устойчивая связь между основными средствами и количеством трудовых усилий есть важнейший экономический закон, который в настоящее время недооценивают руководители предприятий. Теоретиками этот закон формулируется как закон экономии времени и, чаще всего, как закон производительности труда.

Соотношение технического фактора, трудовых усилий в производстве и количества производимой продукции выражается в понятии *«технологическая эффективность»*. Закономерность этого соотношения проявляется в таком технологическом уровне производства (то есть организационном сочетании материальных и человеческих ресурсов) при котором достигается максимальный объём производства, а, следовательно, и выручки. Этот показатель наилучшим образом проявляет единство законов органического строения капитала и производительности труда. Это ещё раз доказывает, что технологическое развитие производства является важнейшим условием стратегического развития производственного предприятия.

Таким образом, важным условием обеспечения устойчивого развития является повышение органического строения капитала, то есть изменение указанного соотношения в пользу увеличения доли основного капитала, воплощающего в себе технологический прогресс. Это является базовой причиной снижения себестоимости единицы продукции, снижения цен, что в свою очередь обуславливает успех в конкурентной отраслевой борьбе и устойчивое функционирование предприятия в перспективе.

Конечно, можно утверждать, что инновационные изменения затратны и сложны. Однако есть и противоположная тенденция – к абсолютному и относительному снижению стоимости основного капитала в производственном процессе. Такое снижение стоимости технических средств производства осуществляется по трём линиям. Первая возникает в связи с тем, что сами эти средства производятся по более высоким технологиям, что уже само по себе является фактором снижения их себестоимости и цены приобретения и затрат на эксплуатацию. Вторая линия связана со снижением абсолютной и относительной величины затрат при производстве продукции. Третья линия обусловлена относительным снижением затрат в связи с повышением качества (потребительных свойств) продукции – её долговечностью, надёжностью, новыми функциями, удешевлением эксплуатационных расходов и других показателей. Анализ диалектического единства этих двух тенденций убедительно говорит о преобладании второй тенденции над первой. Это подтверждается опытом не только хорошо развитых стран Европы, но и послевоенным развитием Японии, Южной Кореи, современного Китая и новых индустриальных стран.

Что нужно сделать менеджеру совместно с инженером перед введением технологических инноваций?

1. Изучить новые технологии и возможности их приобретения на отраслевом рынке, применение которых позволит изготавливать товары более высокого качества, увеличить производительность труда и обеспечить стратегическое развитие предприятия.

2. Понять как изменятся срок жизни оборудования, амортизационные процессы; познать диалектику затрат на производство, выручки, прибыли, амортизационных отчислений, срока окупаемости продукции.

3. Спрогнозировать изменение спроса на продукцию, произведённую по новым технологиям в ближайшем периоде и в стратегическом будущем; какие тенденции развития отраслевого рынка будут превалировать на предполагаемый стратегический период.

4. Проанализировать возможности компании по внедрению и использованию новых технологий, как окажет влияние на ваш бизнес изменения в стоимости оборудования, как будут решаться проблемы финансового обеспечения проведения технических инноваций; какие существуют процентные ставки за кредит и возможности сохранения накопившегося фонда амортизационных отчислений.

5. Спрогнозировать изменение взаимоотношений между вами и вашими сотрудниками, поставщиками, потребителями, финансовыми учреждениями и стейкхолдерами после внедрения новой технологии.

6. Предусмотреть возможные меры для стимулирования и мотивации персонала, повышения квалификации и переподготовки кадров. Какое сопротивление сотрудников можно встретить и каким образом его можно преодолевать.

7. Изучить характерные черты государственного регулирования амортизационных отчислений, систему льготных возможностей.

Для обеспечения стратегических изменений в деятельности менеджеров можно выделить следующие два основных направления – технико-экономическое и работу с персоналом.

Направления работы менеджеров, управляющих стратегическими изменениями, определяются содержанием научно-технологического потенциала, который включает в себя ассоциированные технические знания сотрудников, имеющиеся подготовленные кадры, материально-технические, информационные, финансовые ресурсы, организационную структуру, обеспечивающей разработку и освоение новых производственных процессов.

Технико-экономическое направление. Поскольку основной способ проведения стратегических изменений фокусируется на снижении затрат при производстве, то его технологическое совершенствование должно стать основной, базовой задачей управления.

С точки зрения технико-экономической управление развитием предприятия и обеспечение его устойчивости в изменяющихся условиях предполагает следующие важные действия менеджеров.

Первое. Внедрение ускоренной амортизации, которая, уменьшая срок выбытия устаревших основных фондов, создаёт возможность использования фонда амортизационных отчислений не для ремонтов, реновации, а для инноваций.

Худшим способом использования фонда амортизационных отчислений при использовании современных технологий является ремонт, будь он текущим, средним или капитальным. Ремонтпригодность как свойство производственной техники не является ценным при современных автоматизированных системах. Ремонт зачастую становится дорогим, сложным, ресурсоёмким процессом, так как он предполагает разборку на отдельные части техническое устройство (поагрегатно или подетально), инвентаризацию, осмотр, определение объёмов ремонтных работ, заказ деталей, их замену и сборку. Из простого перечисления трудовых операций, осуществляемых при ремонте, уже становится ясно, что это очень невыгодное мероприятие, резко удорожающее эксплуатацию изделий. В современных условиях сокращения жизненного цикла эксплуатации техники, такие ремонты порой становятся бессмысленным. В качестве синонимов слова «ремонта» можно использовать слова «ремонтаж», «повторение монтажа», что уже само по себе раскрывает дорогостоящий процесс. Активные основные фонды на современных технологических этапах развития подвергать ремонту, тем более капитальному, не следует. В каждом конкретном случае менеджер обязан при принятии решения о совершенствовании технологического комплекса и проведении ремонтных работ опираться на мнения инженеров.

Инженер и менеджер должны проанализировать возможность отказа от капитальных ремонтов, связанных с физическим и функциональным старением основного капитала. Кроме того, ремонтный подход к использованию основных фондов вызывает потребность в формировании и содержании сложной подсистемы обслуживающих и ремонтных подразделений, управление ими. Всё это вызывает отвлечение основной рабочей силы, а также дополнительных управленческих усилий от основных производств.

Таким образом, использовать накопившийся фонд амортизационных отчислений следует не для поддержания основных фондов предприятия в работоспособном состоянии, как это принято утверждать, а в качестве источника финансирования инновационных проектов. Статья 259 части 2 Налогового кодекса это вполне позволяет.

Второе. По мере возможности следует отказаться от *реновации*. Термин «реновация» (лат. *renovatio* – обновление, возобновление) означает процесс улучшения, реконструкции, реставрации без нарушения целостности структуры. Он более всего применим для обозначения процессов модернизации и ремонта без кардинальных структурных изменений. Не надо думать, что реновация будет эффективным мероприятием для всех стратегических изменений на предприятии.

Технологическая инновация предполагает вложение в принципиально новые устройства, работающие в новых структурных связях, имеющие новые производственные свойства.

Третье. Одновременно с технологическим совершенствованием производства следует проводить структурные изменения на предприятии. Структура – это не перечень элементов, составляющих части целого. Это, прежде всего, упорядоченная совокупность функциональных связей этих частей, которая предопределяет целостность вещи и её свойства. Поскольку технологический комплекс предприятия является базовым элементом (основной частью) в структуре предприятия, постольку изменение его функциональной роли влечёт за собой изменение всей совокупности устойчивых связей объекта (предприятия), что означает возникновение его новой целостности, новых качественных параметров и свойств при воздействии различных внешних и внутренних изменений. Поэтому внедрение более прогрессивной технологической системы в производственный процесс вызывает необходимость глубоких структурных изменений на предприятии.

Четвёртое. Следует продавать выведенный из производственного процесса основной капитал по остаточной стоимости. Это может стать дополнительным источником финансирования технологического совершенствования предприятия.

Пятое. Снижение управленческих расходов путём совершенствования работы с информацией, её обработки, анализа и использования при принятии управленческих решений, что обеспечит сокращение расходов на эти нужды. В этом поможет использование автоматизированных систем управления. Немалозначимым направлением работы менеджера может стать цифровизация потоков информации и управления производством.

Вторым направлением в деятельности менеджера следует считать работу с персоналом. Развитие технологий вызывает изменения во всей социально-экономической системе общества. При этом зачастую возникают сложности с соблюдением требований при реализации важнейшего экономического закона – пропорционального развития экономики, который выражает объективную потребность в определённом соотношении между частями целого (их взаимное соответствие и взаимозависимость). Как известно, диспропорции между частями целого вызывают снижение эффективности системы в целом.

Так как в современной экономике функционирует ещё один закон, – всё большего усиление субъективной (сознательной, управленческой) составляющей в регулировании процессов, – неизбежно повышается роль менеджера в обеспечении пропорционального развития предприятия. Множественные попытки использовать механизм рыночного регулирования в качестве единственного регулятора во всех странах современного мира не подтвердили своей положительной результативности.

При внедрении нового технологического комплекса на предприятии основное противоречие возникает между новой техникой и профессионализмом сотрудников. Для устранения этой диспропорции необходимо осуществлять следующее.

Первое. Активизировать информирование сотрудников о происходящих переменах. В такой период важно правильно подать информацию о предстоящих изменениях и ожидаемых результатах. Именно это поможет сотрудникам осознать необходимость и логику этих изменений.

Второе. Крупные изменения в период стратегических изменений технологического характера претерпевает работа по мотивации и стимулированию персонала. Следует под-

вергнуть пересмотру систему материального стимулирования, сосредоточить его на трудных участках технического перевооружения. Упор при этом сделать не на стимулировании, а на мотивации, побуждении сотрудников к самостоятельной активной деятельности, включить сотрудников в работу по реализации стратегических изменений.

В этот период необходимо создать различными путями условия для саморазвития, участия в семинарах, на курсах по повышению квалификации и переподготовки кадров. Для чего разработать и организовать систему повышения квалификации и переподготовки кадров, работающих с новой техникой, что является наиболее важным звеном в работе с персоналом.

Важным способом мотивации в этих условиях может быть назначение сотрудников на новые должности. Где они могут активизировать свои лучшие способности и сильные стороны своего характера.

Необходимо совершенствовать контроль развития персонала путём определения конкретных задач, целей в деятельности сотрудников, формирования чётких инструкций, назначения ответственных лиц за конкретный участок работы.

Третье. В период крупных изменений в технологическом производственном комплексе очень важно спрогнозировать и осуществить работу по преодолению возможного сопротивления сотрудников такому процессу на предприятии. Необходимо определить группы недовольных и сомневающихся в переменах, заинтересовать их в переменах, помочь преодолеть свои сомнения и вовлечь их в общий поток перемен. В крайнем случае, можно воспользоваться явным или неявным принуждением.

Стратегические изменения – это сложное время жизнедеятельности трудового коллектива предприятия в целом. Поэтому надо иметь ввиду, что слишком высокий уровень стимулирования и мотивации может вызвать излишнее морально-психологическое напряжение в коллективном труде, что ведёт к снижению результативности и ухудшает производственный процесс.

Выводы

Снижение затрат на производство и организация выпуска продукции с новыми потребительскими качествами являются базовыми условиями обеспечения стратегического развития производственных предприятий.

Ядром существенных стратегических изменений на предприятии является технологическое развитие производственного процесса, которое вызывает качественное совершенствование всех его сторон и обеспечивает устойчивость функционирования в любой конкурентной ситуации на отраслевом рынке.

В период подготовки и проведения стратегических изменений менеджеры должны действовать в тесном сотрудничестве с инженерным составом производственного предприятия.

УДК 339.15; ГРНТИ 06.81

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ АО «РЯЖСКИЙ АВТОРЕМОНТНЫЙ ЗАВОД»

М.А. Калмыкова*, И.П. Соловьева**

**Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Российская Федерация, Москва,
kalm.masha@yandex.ru*

***Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, solov0112@yandex.ru*

Аннотация. В данной работе представлены результаты исследования доходов промышленного предприятия. Отражена роль дохода, как основополагающего фактора финансовых результатов деятельности промышленного производства.

Ключевые слова: доходы организации, промышленное предприятие, инвестиционная привлекательность, финансы, затраты предприятия.

ANALYSIS OF THE FORMATION OF INCOME IN ENTERPRISES ON THE EXAMPLE OF JSC «RYAZHISKY AN AUTOREPAIR FACTORY»

M.A. Kalmykova*, I.P. Solovyova**

**Plekhanov Russian University of Economics, Russia, Moscow, kalm.masha@yandex.ru*

***Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, solov0112@yandex.ru*

The summary. This paper presents the results of a study of the income of an industrial enterprise. The role of income as a fundamental factor of the financial performance of industrial production is reflected.

Keywords: income of the organization, industrial enterprise, investment attractiveness, finance, costs of the enterprise.

Современные технологии менеджмента определяют горизонты деятельности организаций и предприятий как рост и развитие. В таком аспекте особо возрастает актуальность вопросов повышения доходов [3]. Доходы организации являются источником формирования финансовых ресурсов и источником покрытия потребности в обеспечении всех организационных мероприятий, связанных с изготовлением и реализацией продукта. Их особая роль определяет уровень рыночной устойчивости, конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Доходы играют исключительно важную роль в системе финансового управления, а также в системе управления деятельностью предприятия в целом. Они являются основой финансирования издержек деятельности, ради которой создана и действует организация.

Вопросы повышения доходов предприятия сводятся к управлению факторами, воздействующими на доходы. Сумма доходов от реализации зависит от трех важнейших факторов: 1) уровня издержек; 2) уровня цен реализации товаров покупателям; 3) объема реализации товаров [1].

Рассматривая механизм воздействия первого и второго фактора следует отметить, что доход предприятия зависит от рыночного спроса на продукцию. Возможны различные ситуации, возникающие при росте или падении спроса. Например, цена товара формируется в процессе ценовой конкуренции. Однако существует еще конкуренция качества. Считается, что в результате борьбы за рынки сбыта чаще всего побеждает не тот, кто предлагает более низкие цены, а тот, кто предлагает более высокое качество товаров или услуг. Но это не означает, что роль цены снижается. Оба фактора неразделимы. Если предприятие не делает прямой скидки с цены товара, но предлагает его к продаже, товар должен обладать для потребителя какими-либо принципиально новыми свойствами. Конкуренция качества - это одна из форм ценовой конкуренции [2].

Для более детального рассмотрения данного вопроса авторами был проведен анализ доходности производственного предприятия АО «Рязанский авторемонтный завод». Базой проведения анализа динамики состава доходов и финансовых результатов послужила годовая отчетность предприятия за период 2018-2020 гг. В первую очередь проведем анализ ди-

намики доходов, расходов и прибыли от продаж. Для оценки динамики финансовых результатов составим таблицу 1.

Таблица 1. Динамика состава финансовых результатов АО «Ряжский авторемонтный завод», тыс. руб.

Показатели	2018	2019	2020	Отклонения, (+,-)		Темпы роста, %	
				2019г./2018г.	2020г./ 2019г.	2019г./2018г.	2020г./2019г.
Выручка от продаж	655702	1193342	1942218	537640	748876	182,0	162,8
Себестоимость	623486	1073392	1606262	449906	532870	172,2	149,6
Валовая прибыль	32216	119950	335956	87734	216006	372,3	280,1
Прибыль от продаж	32216	119950	335956	87734	216006	372,3	280,1
Прибыль до налогообложения	32817	126568	348227	93751	221659	385,7	275,1

В исследуемом периоде наблюдается существенный прирост финансовых результатов, что оценивается положительно, т.к. в данном периоде наблюдается некоторое снижение деловой активности в основных отраслях производственного сектора. Рост выручки позволил достичь существенного прироста финансовых результатов.

Таким образом, динамика доходов предприятия положительная. В отношении формирования доходов все факторы оказали положительное воздействие за исключением ценового фактора, т.к. реализация и сбыт продукции происходили по более низким ценам, чем было запланировано. Управление доходами является относительно обособленной областью управления, которая функционирует, в первую очередь, в рамках системы управления маркетингом, а также в рамках финансового менеджмента [5].

Главный доходобразующий вид деятельности - оптовые продажи на основе контрактной системы. Розничные продажи, а также предоставляемые услуги являются одним из развивающихся направлений. Основной ассортимент сформирован в рамках товарной политики, базирующейся на концепции «широко специализированного» маркетинга, что предполагает развитие маркетинга по всем направлениям маркетинговых исследований, а также сбытовых функций и мероприятий стимулирования спроса [4]. Повышение качества и вариативности сопроводительных услуг являются ключевыми факторами повышения нормы рентабельности, а значит цены и доходов предприятия.

Далее в таблице 2 следует представлена динамика валовых доходов в сопоставлении с валовыми расходами. Как мы видим из данных таблицы, динамика валовых доходов аналогична динамике выручки от продаж АО «Ряжский авторемонтный завод». Поскольку предприятие является многопрофильным, крайне важно выявить уровень влияния доходов по прочей деятельности в общей величине валовых доходов.

Таблица 2. Динамика валовых доходов и расходов АО «Ряжский авторемонтный завод», тыс. руб.

Показатели	2018	2019	2020	Отклонения, (+,-)		Темпы роста, %	
				2019г./ 2018г.	2020г./ 2019 г.	2019 г./ 2018 г.	2020 г./ 2019 г.
Выручка от продаж	655702	1193342	1942218	537640	748876	182,0	162,8
Полная себестоимость	623486	1073392	1606262	449906	532870	172,2	149,6
Прочие доходы	12506	23416	42058	10910	18642	187,2	179,6
Прочие расходы	11905	16798	29787	4893	12989	141,1	177,3
Валовые доходы	668208	1216758	1984276	548550	767518	182,1	163,1
Валовые расходы	635391	1090190	1636049	454799	545859	171,6	150,1

Определение удельного веса прочих доходов (ПД уд.) в общей сумме валовых доходов предприятия:

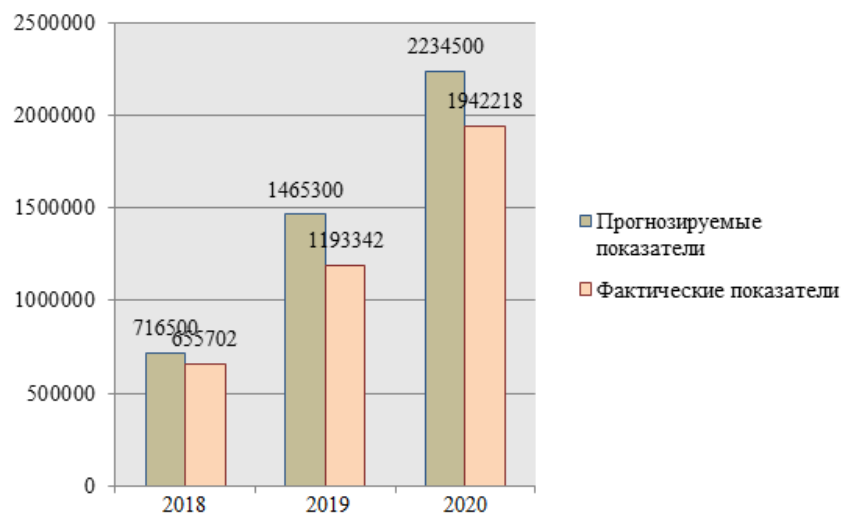
$$\text{ПД (уд. 2018)} = \frac{12506}{668208} * 100 = 1,87\%$$

$$\text{ПД (уд. 2019)} = \frac{23416}{1216758} * 100 = 1,92\%$$

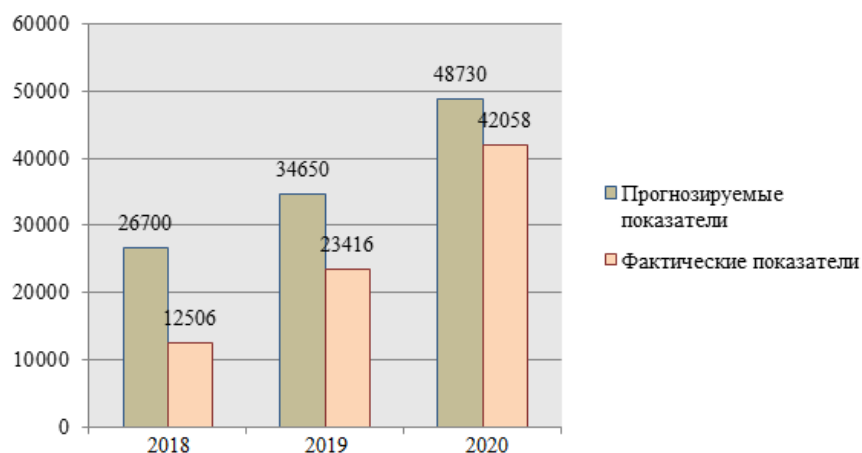
$$\text{ПД (уд. 2020)} = \frac{42058}{1984276} * 100 = 2,12\%$$

На конец периода удельный вес прочих доходов увеличился с 1,87 до 2,8%, таким образом, роль прочих доходов незначительна.

Сопоставление плановых и фактических доходов предприятия отражены на рисунке 1.



А) Плановые и фактические показатели выручки



Б) Плановые и фактические показатели прочих доходов

Рис. 1. Плановые и фактические показатели выручки и прочих доходов

В настоящее время желаемого уровня в отношении доходов от прочей деятельности достичь не удастся. Структура выручки от продаж АО «Ряжский авторемонтный завод» отражена в таблице 3.

Таблица 3. Динамика структуры выручки от продаж АО «Ряжский авторемонтный завод», %

Показатели	2018	2019	2020	Отклонения, (+,-)	
				2019 г./2018 г.	2020 г./2019 г.
Выручка от продаж	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0
Полная себестоимость	95,1	89,9	82,7	-5,2	-7,2
Переменные затраты	73,7	71,2	67,3	-2,5	-3,9
Постоянные затраты	21,4	18,7	15,4	-2,7	-3,3
Прибыль	4,9	10,1	17,3	5,2	7,2

Структурный анализ показывает, что за рассматриваемый период доля прибыли увеличивается в 2019 г. на 5,2%, а в 2020 г. – на 7,2%. Положительной тенденцией следует считать постепенное сокращение доли переменных и постоянных затрат, однако, несмотря на это она по-прежнему остается высокой.

Оптимальным уровнем затрат для рассматриваемого типа производственных предприятий данной отрасли является доля равная 76,5% (рисунок 2).

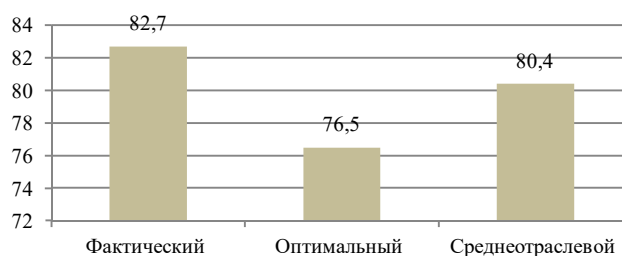


Рис. 2. Уровень затрат текущей деятельности, %

Данные сравнительного анализа показывают, что для исследуемого предприятия показатель уровня затрат находится на высоком уровне.

Анализ структуры доходов в разрезе продаж произведенной продукции и оказанных услуг (рис. 3.) показал, что за рассматриваемый период существенно возрастает удельный вес оказанных услуг предприятия, что говорит о значительном росте спроса на них, несмотря на некоторое снижение уровня деловой активности в отрасли.

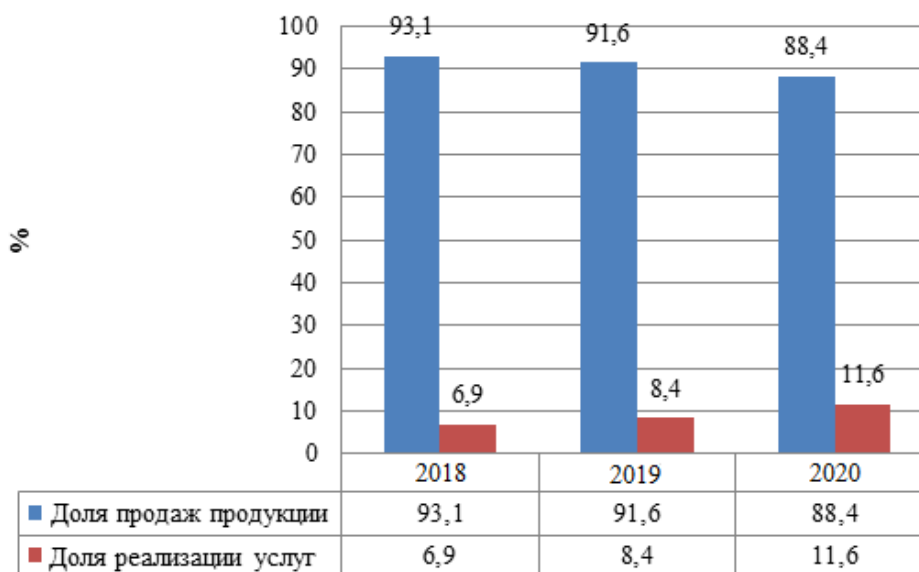


Рис. 3. Динамика структуры выручки по видам деятельности, %

Результаты исследования динамики выручки от продаж в географическом аспекте представлены на рисунке 4.

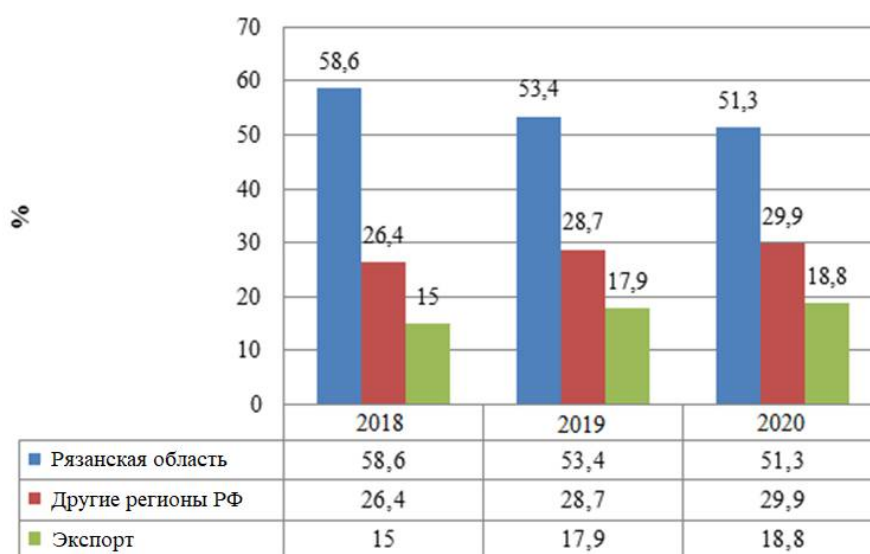


Рис. 4. Динамика структуры выручки по регионам продаж, %

Представленный график демонстрирует постепенное ежегодное снижение удельного веса проданной продукции в Рязанской области. В целом данная доля сократилась с 58,6% в 2018 г. до 51,3% в 2020 г. Вместе с этим расширяются продажи в иных регионах России, а также увеличивается доля экспорта продукции, что оценивается положительно, т.к. реализация продукции вне собственного региона обеспечивает большую норму рентабельности. Это необходимо учитывать при корректировке сбытовых и производственных программ АО «Рязский авторемонтный завод».

Считаем крайне важно в ходе исследования рассмотреть показатели, связанные с динамикой затрат, поскольку затраты являются ключевым внутренним фактором, влияющим на уровень выручки от продаж и уровень валового дохода. Главные показатели анализа включают в себя показатели выполнения плана по затратам, сформированного на основе оптимальных показателей в данной отрасли (таблица 4).

Таблица 4. Динамика состава затрат, тыс. руб.

Показатели	2018	2019	2020	Отклонения, (+, -)	
				2019 г. / 2018 г.	2020 г. / 2019 г.
Фактические переменные затраты	459509	764255	1081014	304746	316759
Фактические постоянные затраты	163977	309137	525248	145160	216111
Плановые переменные затраты	426205	746800	1064070	320595	317270
Фактические постоянные затраты	91800	195940	470282	104140	274342
Выполнение плана по переменным затратам	33304	17455	16944	x	x
Выполнение плана по постоянным затратам	130673	291682	508304	x	x

За период исследования сумма фактических затрат превышает плановые показатели, что говорит о перерасходе издержек производства. В большей степени это вызвано, ростом цен на основные материалы и полуфабрикаты.

Результаты анализа динамики состава и структуры доходов предприятия в целом свидетельствуют о росте эффективности деятельности. Несмотря на это, в результате проведенного исследования был выявлен перерасход по затратам, что снижает интенсивность нара-

щивания валовых доходов и прибыли. Это вызывает необходимость разработки комплекса мер по повышению доходности предприятия исходя из выявленных тенденций.

Таким образом, проведенное исследование показало значимость формирования доходов в деятельности промышленного предприятия. Так как доходы играют важнейшую роль, необходимо постоянно проводить мониторинг по таким направлениям, как структура выручки по видам деятельности, по регионам продаж, плановые и фактические показатели доходов, что будет способствовать своевременному принятию эффективных решений.

Библиографический список

1. Войтоловский, Н. В. Экономический анализ / Н. В. Войтоловский – М.: Высшее образование, 2018. – 513 с.
2. Герасимова, Е. Б. Планирование и анализ на предприятии / Е. Б. Герасимова - М.: Форум, 2017. – 415 с.
3. Крейнина, М. Н. Финансовый менеджмент: практический курс / М. Н. Крейнина. - М.: Финпресс, 2019. - 403 с.
4. Павлова, М. Н. Практический финансовый менеджмент / М. Н. Павлова – М. : Юнити, 2017. - 345 с.
5. Пономарева, В. А. Сущность и характеристики доходов предприятия / В. А. Пономарева // Финансовый директор. – 2018. - № 6. - С. 53 - 58.

УДК 388; ГРНТИ 06.73.65

О НЕКОТОРЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИИ

А.К. Штрыков

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, strand0707@gmail.com*

Аннотация. Страховой рынок является важным сектором финансовой системы национальной экономики. Развитие этого рынка оказывает влияние на стабильность хозяйственной деятельности, социальной сферы и инвестиционного цикла. Российский страховой рынок является молодым, не имеет устойчивых финансовых базисов, остаётся низко конкурентным и подверженным воздействию нелегитимных западных санкций.

Ключевые слова: страховой рынок, развитие страхования, сектора страхования, страховые премии и выплаты, норма убыточности.

SOME OF THE TRENDS IN THE INSURANCE MARKET IN RUSSIA

A. K. Shtrykov

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin,
Ryazan, Russian Federation, strand0707@gmail.com*

Annotation. The insurance market is an important sector of the financial system of the national economy. The development of this market has an impact on the stability of economic activity, the social sphere and the investment cycle. The Russian insurance market is young, has no stable financial bases, remains low-competitive and is subject to illegitimate Western sanctions.

Keywords: insurance market, insurance development, insurance sector, insurance premiums and payments, loss rate.

Для анализа отдельных тенденций на российском страховом рынке был взят период с 2016 по 2019 годы. Этот отрезок времени характерен воздействием на экономику страны нелегитимной санкционной политики, неустойчивым состоянием мировых рынков, проведением существенных правовых изменений в регулировании деятельности страховых организаций. Статистические данные взяты с официального сайта Банка России [1].

На рисунке 1 показано изменение в анализируемом периоде темпов роста двух из трёх основных денежных потоков страхового рынка - страховой премии и выплат.



Рис. 1. Цепные темпы роста совокупных страховых премий и выплат в 2016-2019 годах

Третий поток – нагрузка, в которой определяющим фактором являются расходы на ведение дела. Нагрузка в нормативном плане является величиной, производной от страховой премии, поэтому здесь не рассматривается. Тем не менее, анализируя поступление премии и выплаты страховых возмещений и обеспечений можно получить достаточно корректную оценку нагрузки и её основной составляющей – расходов на ведение дела (РВД).

Наиболее примечательным фактом динамики страховых премий и выплат за 2016-2019 годы является резкое изменение абсолютных и относительных тенденций на противоположные – доминирующий рост премий сменился доминирующим ростом выплат.

Рост премии, существенно прибавлявший в 2017 и 2018 годах, почти полностью остановился в 2019 году. В то же время после спада за 2018 год рост выплат подскочил в 2019 году с 102,5% до 116,9%. В случае, если изменение тенденций роста премии и выплат сохранится, страховому рынку потребуются существенные структурные изменения для сохранения финансовой устойчивости. Насколько может быть обоснованно это предположение покажут итоги страхового рынка за 2020 год.

Рост страховой премии в сумме и в основных секторах рынка приведены на рисунке 2.

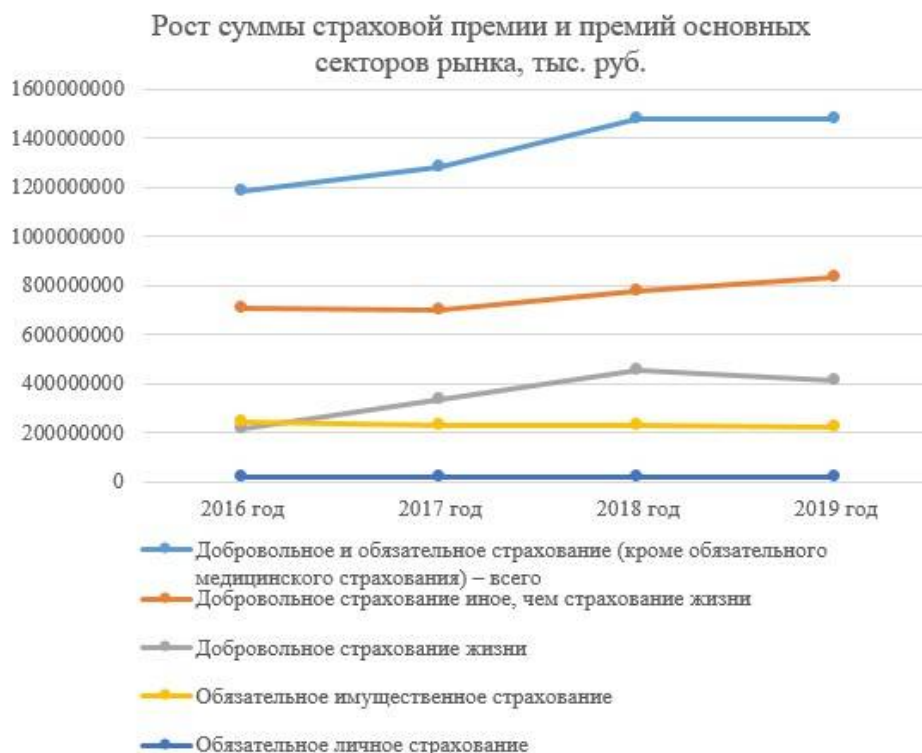


Рис. 2. Рост страховых премий в 2016-2019 годах.

Основной рост премии в анализируемом периоде происходил по добровольным видам. Общий её прирост за 2016-2019 годы составил 300,5 млрд. руб. Устойчивое увеличение платежей за 2016-2019 годы обеспечивало добровольное «non life» страхование («не жизнь»). Прирост за три года составил 128,44 млрд. руб. Страхование жизни сохраняло в 2017-2018 годах опережающий рост, но заметно упало в 2019 году, потеряв сразу более 43 млрд. взносов. Тем не менее, добровольное «life» страхование успело внести основной вклад на 193,6 млрд. руб. в общий прирост страховых взносов. Спад в добровольном страховании жизни можно отнести к основанному на практике разочарованию населения в так называемом «инвестиционном страховании жизни», подкреплённому усилением требований по раскрытию потенциальным клиентам информации об условиях страхования по «жизни». В этой связи можно предполагать дальнейшее снижение или стагнацию объёмов поступлений по добровольному «life» страхованию, по крайней мере, пока не появятся прозрачные и удовлетворяющие потребителей страховые продукты.

В секторах обязательного страхования происходили менее значительные изменения при общем тренде снижения страховой премии за 2016 -2019 годы, которое в итоге составило более 23 млрд. руб. При этом основная доля падения – более 19 млрд. руб. (>84%), пришлась на ОСАГО.

На рисунке 3 показана динамика цепных темпов роста премии в секторах страхования.

В положительной зоне в конце анализируемого периода сохранился только индекс темпа роста «non life» страхования. К отрицательному росту по итогам 2019 года перешли сектора, составляющие более 43% общего объёма страхового рынка.



Рис. 3. Изменение цепного темпа роста премии в секторах страхования

Как было показано выше на графике рисунка 1 тенденции роста поступления страховой премии и выплат в 2019 году разошлись – рост премии почти остановился, а рост выплат подскочил на 14,45 процентных пункта. Динамика абсолютных значений выплат по рынку в целом и по его секторам представлена на рисунке 4.

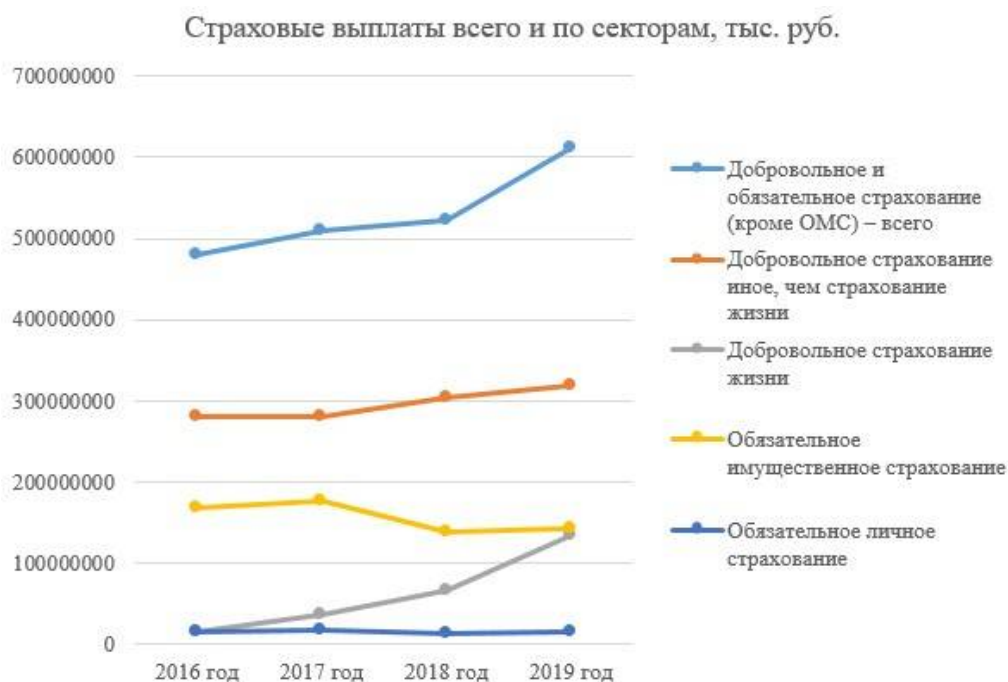


Рис. 4. Абсолютные объёмы страховых выплат в 2016 – 2019 годах

Общий объём выплат за анализируемый период вырос более чем на 131,15 млрд. руб., из которых 88,397 млрд. руб., или 67,4%, состоялись в 2019 году. При этом общий прирост распределился по секторам следующим образом: максимальный прирост выплат дало добровольное страхование жизни – 118,26 млрд. руб.; следующий по величине прирост принесло добровольное «non-life» страхование – 38,46 млрд. руб.; обязательное личное страхование

уменьшило выплаты на 0,93 млрд. руб.; по обязательному имущественному страхованию, в которое входит и ОСАГО, выплаты снизились на 24,75 млрд. руб.

Изменения страховых премий и выплат определили тенденции динамики нормы убыточности рынка в целом и его секторов (рисунок 5).



Рис. 5. Изменения нормы убыточности рынка и его секторов

В целом изменения нормы убыточности в анализируемом периоде оставались в пределах 15% от базисного уровня на начало периода, тренд горизонтальный. Снижение нормы убыточности в 2018 году обусловлено обязательным имущественным страхованием за счёт снижения выплат по ОСАГО. ОСАГО составляет в среднем в анализируемом периоде более 97% объёма этого сектора. Обязательное личное страхование практически не повлияло в силу очень низкой его доли на рынке.

Исходя из принципа эквивалентности риска, выплаты в течение времени в среднем должны стремиться к нетто-премии или к уровню немного ниже. Отношение выплат и брутто-премии характеризует долю нетто-премии в объёме страховых платежей. Чем выше эта доля при условии поддержания необходимого уровня резервов, тем эффективнее деятельность страхового рынка для страхователей. Сравнение с зарубежными показателями позволяет оценить конкурентоспособность российских страховщиков с точки зрения стоимости страхового продукта, которую определяет на самом деле не столько страховой тариф, сколько коэффициент убыточности, то есть та доля брутто-премии, которую страховщик фактически возвращает страхователям в виде выплат, или фактическая доля нагрузки в брутто-премии, то есть величина $(100\% - K_{убыт})$.

Наиболее сопоставимым зарубежным страховым рынком для оценки российского является, на наш взгляд, центральный и восточно-европейский (ЦВЕ). По данным источника [2] норма убыточности этого рынка в 2018 году составила 60,7%. По данным того же источника были рассчитаны нормы убыточности за I квартал 2019 года для нескольких стран этого региона, которые приведены в таблице.

Таблица. Пример данных и расчёт норм убыточности трёх стран ЦВЕ

Рынки страхования	Ед. измерения	I квартал 2019 года		
		Премия	Выплаты	Норма убыточности, %
Польша	млн. евро	3800,0	2370,0	62%
Чехия	млн. евро	1620	897	55%
Румыния	млн. евро	570	329	58%

Средняя норма убыточности в приведённом примере составила 60%, что на 18,76%, или в 1,46 раза выше российского рынка. Этот результат показывает, что российский страховой рынок остаётся под влиянием его низкой эффективности для страхователей.

Библиографический список

1. Сводные данные отчетности субъектов страхового дела//Официальный сайт Банка России. – URL: <https://cbr.ru/statistics/insurance/> (дата обращения 20.02.2021).
2. Итоги страхового рынка Центральной и Восточной Европы: премии 1 квартала 2019 года превысили 10 млрд. евро/Фориншурер: [сайт], 2020. –URL: <https://forinsurer.com/news/19/07/19/36998> (дата обращения 22.02.2021).

УДК 338.24(575.1)

A-13

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА

* А.И. Ишназаров, **Д.К. Абдуллаева

* *Ташкентский государственный экономический университет*

* *Узбекистан, E-mail: a.ishnazarov@tsue.uz*

***Узбекистан, E-mail: dilora57@yandex.com*

Аннотация. В статье представлены результаты анализа состояния и перспектив развития малого предпринимательства. Также проанализированы приоритетные направления развития малого бизнеса

Ключевые слова: малый бизнес, частное предпринимательство, стратегия действий, семейное предпринимательство, бизнес среда, обеспечение занятости населения

ANALYSIS OF THE STATE AND PROSPECTS OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY OF UZBEKISTAN

*A.I. Ishnazarov, **D.K. Abdullaeva

* *Tashkent State University of Economics*

* *Uzbekistan, E-mail: a.ishnazarov@tsue.uz*

***Uzbekistan, E-mail: dilora57@yandex.com*

Abstract. The article presents the results of the analysis of the state and prospects for the development of small businesses. We also analyze priorities for the development of the small business.

Keywords: small business, private business, strategy for action, family business, business environment, employment

Цифровизация - инструмент повышения конкурентного преимущества компаний за счет уменьшения издержек, особенно для предприятий малого бизнеса, для претворения которой в Узбекистане усовершенствована нормативно-правовая база и регулятивные процедуры в этой сфере, сформирована благоприятная бизнес-среда и как следствие улучшение позиций Узбекистана по основным индикаторам развития деловой среды в мире.

Узбекистан, в условиях пандемии и вызванной ею рецессии в экономиках других стран, благодаря принятым правительством, стимулирующим мерам смог сохранить динамику экономического роста и перейти к восстановлению деловой активности. К концу 2020

года были созданы необходимые условия для налаживания ритма деятельности предприятий и, в том числе субъектов малого бизнеса, наращиванию их производства. Экономический рост за 2020 год составил 1,6% и составил 580,2 трлн. сумов.

Этому способствовали разработанные и трансформированные предприятиями малого бизнеса меры по внедрению процессов, способствующих акселерации собственного потенциала. Это одно из требований, предъявляемых к успешности внедрения методов цифровой трансформации и более правильного восприятия сотрудниками предприятий тех мер и изменений, которые направлены на новую стратегию развития малого бизнеса. В рамках построения стратегии, субъекты малого бизнеса внедряют цифровизацию всех внутренних процессов, а соответственно и затрат на них.

На сегодняшний день стратегической задачей экономики Узбекистана является создание класса независимых хозяйствующих субъектов, способных к инновационной, самостоятельной, без использования административного ресурса, национальной и мировой конкуренции.

Развитие малого бизнеса крайне необходимо, чтобы выжить в условиях глобальной конкуренции, так как малый бизнес - большая энергия для внушительного количества экономических субъектов, почти независимых в экономическом плане от государства.

С другой стороны, малый бизнес и частное предпринимательство является одним из важных драйверов развития экономики Узбекистана, повышения занятости и доходов населения, на который делается упор при цифровизации экономики.

Субиндекс «Свобода бизнеса» который непосредственно взаимосвязан с развитием малого бизнеса и деловой средой в целом отражает возможности для открытия, ведения и закрытия бизнеса; уровень общей административной нагрузки на предпринимателей, а также степень эффективности правительства в регулировании бизнес-среды [2].

Принята Концепция национальной стратегии «Цифровой Узбекистан 2030», где делается акцент на внедрение современных форм финансирования IT-проектов и компаний (венчурное финансирование, краудфандинг, IPO, токенизация активов), повышение прозрачности и доступности государственного заказа в сфере информационных технологий, создание венчурных фондов и технологических парков, привлечение зарубежных инвестиций и стимулирования разработки экспорт-ориентированной продукции, поддержку в монетизации цифровых продуктов и услуг [3].

Три самых главных эффекта цифровой трансформации для предприятий малого бизнеса - это сокращение затрат, улучшение качества услуг и продуктов и увеличение продуктивности. В частности, исследования в России показали, что для 61 процента компаний цифровые технологии способствовали росту конкуренции в их бизнесе со стороны новых игроков. Сегодня уже 44% компаний в мире вводят стратегию цифрового развития для оптимизации и качественного улучшения своего бизнеса. Остро ощущается потребность в приспособлении и оптимизации своих внутренних ресурсов к современным стандартам организациями, использующими устаревшие бизнес системы и двигаться к цифровизации своих процессов и поработать над цифровой бизнес-стратегией и культурой.

Знание своих партнеров и поставщиков, правильная оценка ценностей и перспектив сотрудничества при переходе на современные технологии позволяет закрепить за собой рыночные позиции и привлечь новых потенциально заинтересованных инвесторов, вовлеченных в развитие организаций. Необходимо также понимать, что конкурентные преимущества не создаются технологиями, а лидерами и стратегиями, которые они разрабатывают.

Цифровизация экономики Узбекистана положительно сказывается на государственном управлении, привлечении инвестиций из-за рубежа, повышает качество оказания государственных услуг, а также способствует созданию новых рабочих мест для молодежи Узбекистана и повышает конкурентоспособность и доступность на рынки малых предприятий.

Жизненно важным компонентом становления высокопроизводительного цифрового бизнеса является возможность использовать огромное количество данных и аналитики,

доступных для принятия решений, экспериментов и продвижения в эпоху цифровых технологий. Без этой способности предприятия сталкиваются с застоем. Умение не только пользоваться данными, но осуществлять их эффективное использование и хранение представляет вызов для организаций современного типа, не способных быстро и гибко ориентироваться в современных экономических реалиях.

Цифровизация бизнес процессов и функций, а также принципиально новые методы обработки, хранения и передачи информации и материальных активов на микро и на макроэкономическом уровнях являются ключевыми аспектами цифровой трансформации в настоящее время.

Президентом Республики Узбекистан в постановлении от 5 февраля 2019 года за №ПП-4160 "О дополнительных мерах по улучшению рейтинга республики Узбекистан в ежегодном отчете Всемирного Банка и Международной Финансовой Корпорации (МФК) «Doingbusiness» поставлена цель к 2022 году достижение двадцатого места.

Благодаря принятым мерам за последние годы в рейтинге «Doingbusiness» среди 190 стран мира Узбекистан поднялся с 138-го до 69-го места.

Доля малого бизнеса в ВВП республики Узбекистана по итогам 2020 года составила 53,9 %, а количество субъектов малого предпринимательства на 1000 человек населения составило 14,4 единиц. В разрезе регионов наибольшая его доля наблюдалась в Джизакской (82,7 % от общего объема валовой добавленной стоимости, созданной в регионе), Сурхандарьинской (77,1 %) и Хорезмской (75,3 %) областях. Наименьший удельный вес малого предпринимательства отмечен в Навоийской области (25,5 %), г. Ташкент (45,8 %) и Ташкентской области (48,3 %).

Основные показатели малого бизнеса в Узбекистане иллюстрируют некоторый спад из-за пандемии (табл.1).

Таблица 1. Основные показатели малого бизнеса в Узбекистане в 2020 году

Показатели	Ед. изм.	2019 г.	2020 г.	(+-)
Количество действующих малых предприятий и микрофирм	ед.	334767	370358	35591
Вновь созданные малые предприятия и микрофирмы	ед.	92874	46564	-46310
Удельный вес малого предпринимательства в:				
ВВП	%	56,5	53,9	-2,6
промышленности	%	34,9	25,3	-9,6
сельском, лесном и рыбном хозяйстве	%	98,3	97,4	-0,9
инвестициях	%	47,0	52,4	5,4
строительстве	%	75,4	71,4	-4
торговле	%	84,3	82,3	-2
услугах	%	52,1	51,1	-1
перевозке грузов	%	54,6	50,6	-4
грузообороте	%	77,4	76,4	-1
перевозке пассажиров	%	90,7	93,7	3
пассажирыобороте	%	94,9	95,9	1
экспорте	%	28,7	22,7	-6
импорте	%	54,2	47,2	-7

За 2020 год было создано 46,6 тыс. новых малых предприятий и микрофирм (без дехканских и фермерских хозяйств), что на 13,8 процента меньше аналогичного периода 2019 года, в том числе наибольшее количество вновь созданных малых предприятий и микрофирм (ед.) по видам экономической деятельности было зарегистрировано в торговле (35,6 процентов), промышленности (20,9 процентов), строительстве (7,1 процентов), сельском,

лесном и рыбном хозяйстве (18,3 процентов), услугах по проживанию и питанию (5,3 процентов), перевозке и хранении (2,5 процентов) (рис.1).



Рис. 1. Малое предпринимательство в Республике Узбекистан за январь-июнь 2020 года

Субъектами малого предпринимательства в 2020 году:

- произведено промышленной продукции на 115406,4 млрд. сум (34,9 процентов всего промышленного производства);
- освоено инвестиций на 89352,0 млрд. сум (47,0 процентов от общего объема освоенных инвестиций в республике);
- выполнено строительных работ на 51949,8 млрд. сум (75,4 процентов от общего объема строительных работ);
- оказано услуг на 99139,3 млрд. сум (52,1 процентов от общего объема услуг);
- сформировано 84,3 процентов от общего объема розничного товарооборота, составившего 138368,1 млрд. сум;
- экспортировано продукции (товаров и услуг) на 5135,7 млн. долл. США (28,7 процентов от общего объема экспорта);
- обеспечен рост грузооборота автомобильного транспорта на 7,4 процентов (77,4 процентов от общего объема грузооборота);
- обеспечен рост пассажирооборота на 2,7 процентов (94,9 процентов от общего объема пассажирооборота).

Оценка общей экономической ситуации вновь созданных предприятий малого бизнеса за I квартал 2020 года из анализа результатов социологического обследования общей экономической ситуации (благоприятной, удовлетворительной, неудовлетворительной) вновь созданными малыми предприятиями показала:

В обследовании приняли участие 1275 малых предприятий и микрофирм. Из них 407 (31,9 процентов) оценили экономическую ситуацию как благоприятную, 701 (55,0 процентов) субъектов малого предпринимательства оценили экономическое состояние как удовлетворительное, остальные 167 - (13,1 процентов) как неудовлетворительное.

Из 407 субъектов малого предпринимательства оценили экономическую ситуацию как благоприятную: в сфере торговли 181 (44,5 процентов), промышленности - 81 (19,9 процентов), строительстве - 38 (9,3 процентов).

В территориальном разрезе количество предприятий, оценивших экономическую ситуацию как благоприятную, составило: в г.Ташкент - 1071 (22,1 процентов),

Кашкадарьинской 537 (11,1 процентов), Ферганской 483 (9,9 процентов) и Бухарской 481 (9,9 процентов) областях.

Доля цифровой экономики в ВВП Узбекистана по итогам 2020 года составляет 2,2 процента, а к 2023 году стоит задача удвоить долю цифровой экономики в ВВП Узбекистана, приоритетами для осуществления которой являются модернизация цифровой инфраструктуры, внедрение информационно-коммуникационных технологий, а также развитие цифрового предпринимательства.

Прогноз цифровых показателей по развитию малого бизнеса в Узбекистане до 2035 года представлен в таблице 2.

Таблица 2. Прогноз цифровых показателей по развитию малого бизнеса в Узбекистане

Цифровые показатели	2019	2035
Проникновение предприятий малого и среднего бизнеса, шт/1000 чел.	7,1	25
Index of Doing Business (место в рейтинге)	74	Топ-20
Index of Economic Freedom (место в рейтинге)	152	Топ-50
Доля малого бизнеса и частного предпринимательства в кредитном портфеле	18%	40%
Срок подключения предприятий малого и среднего бизнеса к электросети (дни)	88	20
Срок оформления экспорта (дни)	54	9

Существуют определенные закономерности между долей малого бизнеса и частного предпринимательства в кредитном портфеле и долей малого бизнеса в ВВП.

Для развитых стран с высокой долей малого бизнеса в ВВП характерна низкая доля малого бизнеса в кредитном портфеле (рис.2).

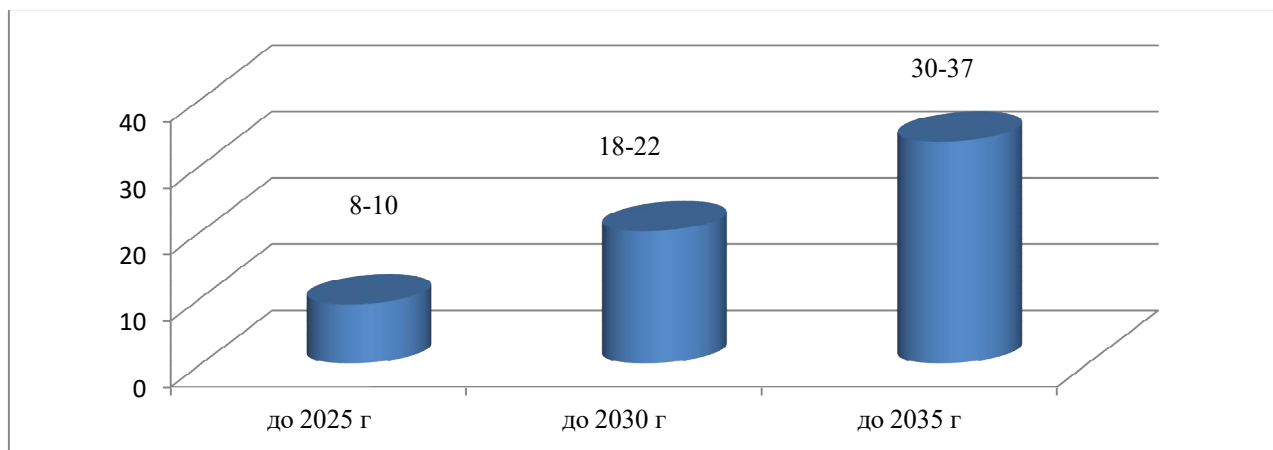


Рис. 2. Инвестиции (млрд. долл. США) накопленным итогом

Для развивающихся стран характерно более интенсивное финансирование малого бизнеса с целью стимулирования их роста.

Узбекистан при высокой доле малого бизнеса и частного предпринимательства в ВВП имеет относительно невысокое проникновение малого бизнеса и частного предпринимательства в кредитный портфель - около 18 процентов при медиане 39,8% по развивающимся странам.

Развитие моделирования, облачных технологий обработки данных позволит развитию моделирования и прогнозирования социально-экономического развития субъектов малого бизнеса.

Появляющиеся новые модели ведения бизнеса, сетевые структуры, основывающиеся на коллективных методах производства и потребления, трансформируют традиционные рыночные отношения и требуют выработки новых решений в области управления малым бизнесом.

Дальнейшее развитие цифровых технологий имеет значение для всей экономики Узбекистана в целом, так, если сейчас на долю розничной торговли в интернете приходится около 10 процентов всех транзакций, то в будущем их число должно только расти.

Так, в период 2017-2020 гг. в Узбекистане в среднем ежегодно вкладывалось около 200 млн. долл. США инвестиций в сферу ИКТ. В первом полугодии 2020 года инвестиции в сферу «информация и связь» увеличились в два раза, по сравнению с аналогичным периодом 2019 года.

По прогнозам специалистов аналитической компании IDC, расходы на ИКТ во всем мире будут расти ежегодно на 3,8 процентов и к 2023 году достигнут 4,8 трлн. долларов.

Основные стратегические инициативы Узбекистана по развитию малого бизнеса в условиях цифровизации экономики до 2025 можно свести к:

- цифровизации взаимодействия государства и субъектов малого бизнеса с целью снижения затрат на администрирование;
- развитию государственно-частного партнерства, направленного на снижение предпринимательских и инвестиционных рисков в сферах исследований и разработок, распространения новых технологий;
- доработке законодательства - выделение среднего бизнеса и реформирование критериев учёта субъектов малого бизнеса в соответствии с мировой практикой;
- развитию единого института поддержки субъектов малого бизнеса;
- легализации через амнистию и уведомительную регистрацию частного и малого предприятия;
- введению мер поддержки кредитования предприятий малого бизнеса, в том числе гарантийной поддержки;
- снижению стоимости администрирования предприятий малого бизнеса за счёт уменьшения количества отчётов;
- введению запрета на проверки предприятий малого бизнеса в течение первых трех лет деятельности, включая регулирование системы надзора.

Поэтому, основную роль в росте конкурентоспособности экономического потенциала Узбекистана должен играть малый и частный бизнес сильным предпринимательским и инновационным подходом, а государство должно создавать инфраструктуру и условия для частной предпринимательской инициативы.

Одним из ощутимых последствий пандемии в Узбекистане стало снижение инвестиционной активности, что отразилось на замедлении темпов увеличения объемов привлекаемых прямых иностранных инвестиций и кредитов (до 1,8%) в 2020 году. В 2021-2023 годах прогнозируется постепенное восстановление объема привлекаемых средств до докризисного уровня, с сохранением основных приоритетов их направления на реализацию проектов в сфере малого бизнеса.

Библиографический список

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по усилению защиты частной собственности и гарантий прав собственников, коренному совершенствованию системы организации работ по поддержке предпринимательских инициатив, а также расширению доступа субъектов предпринимательства к финансовым ресурсам и производственной инфраструктуре» г. Ташкент, 13 августа 2019 г., № УП-5780
2. Постановление Президента Республики Узбекистан «Об утверждении Концепции национальной стратегии «Цифровой Узбекистан 2030» №П-6079 от 05.10.2020.
3. Концепция Стратегии развития Республики Узбекистан до 2035 г. МННО «BUYUK KELAJAK»
4. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике

УДК 330.46; ГРНТИ 06.39.41

МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ, ОТБОРА И ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА

А.А. Камордин

Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, kamord@mail.ru

Аннотация. В работе рассматриваются классические экономические методы и математические модели, которые используются для обоснования оптимальных решений в задачах набора и управления персоналом.

Ключевые слова: математические модели в экономике, управление персоналом, экономические методы, управление персоналом.

METHODS FOR PLANNING, SELECTION AND EVALUATION OF PERSONNEL

A.A. Kamordin

Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, kamord@mail.ru

The summary. In the work raise the issue of which uses for mathematic model and economic methods solving tasks of management.

Keywords: mathematical models on economics, management, economic methods.

Неотъемлемое участие человека в экономически и социальных системах актуализирует тему управления персоналом. Методы и модели управления персоналом повышают эффективность работы человека, что положительно сказывается на экономике в целом. Применение данных методов повышают производительность труда, и в тоже время, направлены на снижение нагрузки на человека и повышения качества условий труда.

Наём персонала является неотъемлемой частью любой организации. Для установки плановой численности работающих ($Ч_{пл}$) есть несколько способов подсчета:

1) Прямой счёт:

$$Ч_{пл} = \frac{O_{пл}}{B_{пл}}, \quad (1)$$

где $O_{пл}$ - это плановый объем продукции, а $B_{пл}$ - выработка в расчете на одного сотрудника.

2) Индексный метод, в отличии от прямого расчета (1), вычисляется с помощью индекса численности работников ($I_{ч_{пл}}$):

$$Ч_{пл} = Ч_б \cdot I_{ч_{пл}},$$

где $Ч_б$ - базисная численность, а $I_{ч_{пл}}$ - индекс численности работников, вычисляемый по формуле:

$$I_{ч_{пл}} = I_{O_{пл}} \div I_{B_{пл}},$$

где $I_{B_{пл}}$ - плановый индекс производительности, а $I_{O_{пл}}$ - индекс объема производства.

3) Вычисление на основе планируемого изменения объема производства и ожидаемого изменения численности работников ($\Delta_ч$):

$$Ч_{пл} = Ч_б \cdot I_{ч_{пл}} \pm \Delta_ч.$$

Данные расчётные методы позволят определить потребность в работниках, в том числе, с учетом групп персонала.

Разбиение на группы часто происходит по различным параметрам, таким как профессия, специальность, квалификация.

Из групп формируется структура персонала организации, который в свою очередь распределяется на управленческий и производственный (рисунок 1) [1].

Управленческий персонал – часть персонала, занятая планированием, контролем, мотивацией сотрудников и подобными задачами.

Производственный персонал участвует непосредственно в производственных процессах и цепочках.

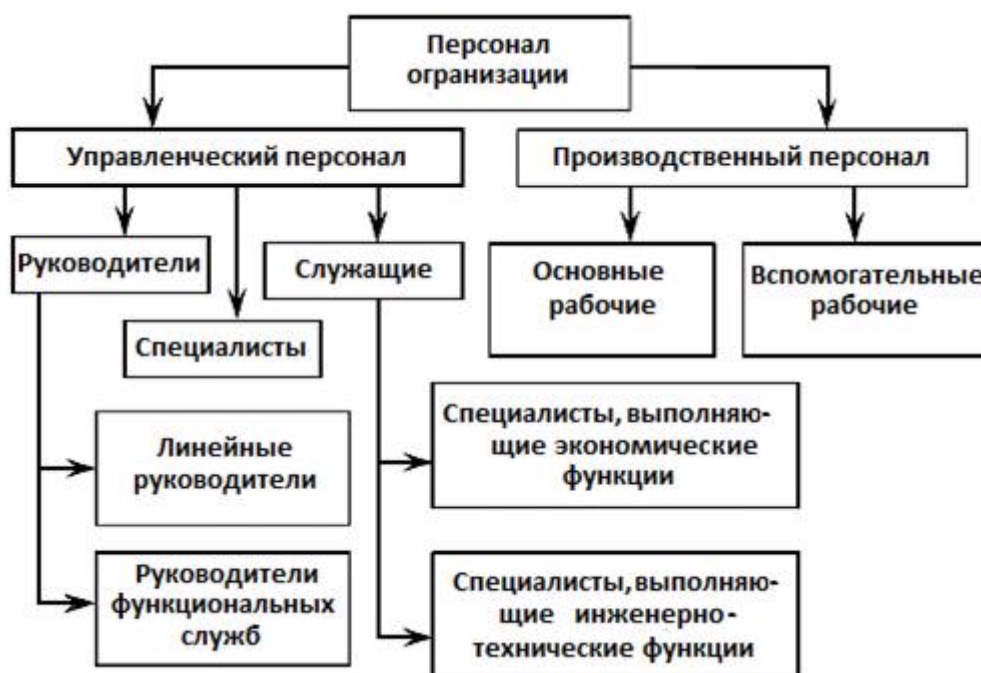


Рис. 1. Структура персонала

Так как часть работников может отсутствовать на рабочем месте по различным причинам (болезнь, отпуск и т.п.), то кроме общей численности персонала необходимо учитывать явочную численность. Явочная численность определяет необходимое число сотрудников на рабочих местах, необходимых для поддержания нормального хода производственного процесса.

Важным этапом в жизненном цикле организации это наём на работу сотрудников. Наём на работу – это ряд действий по привлечению кандидатов с определенными навыками и знаниями, которые необходимы для достижения целей и задач, поставленных организацией. Так же он включает в себя комплекс мероприятий, направленных на оценку и отбор кадров, а также приём сотрудников на работу. Часть управленческого персонала рассматривают этот процесс вплоть до того момента, когда новые сотрудники приступят к своим обязанностям на рабочем месте и “впишутся” в коллектив.

Набор кадров реализуется в несколько важных этапов:

- общий анализ в потребностях кадров определенной специальности (в том числе будущей);
- подготовка и формулировка требований к персоналу;
- определения способа набора персонала;
- выбор методик оценки и отбора кадров.

Обобщенная схема набора кадров представлена ниже (рисунок 2):



Рис. 2. Схема набора кадров

При отборе персонала руководствуются методами оценки персонала (рисунок 1). Благодаря им можно отобрать одного или нескольких кандидатов, которые претендуют на должность [1].

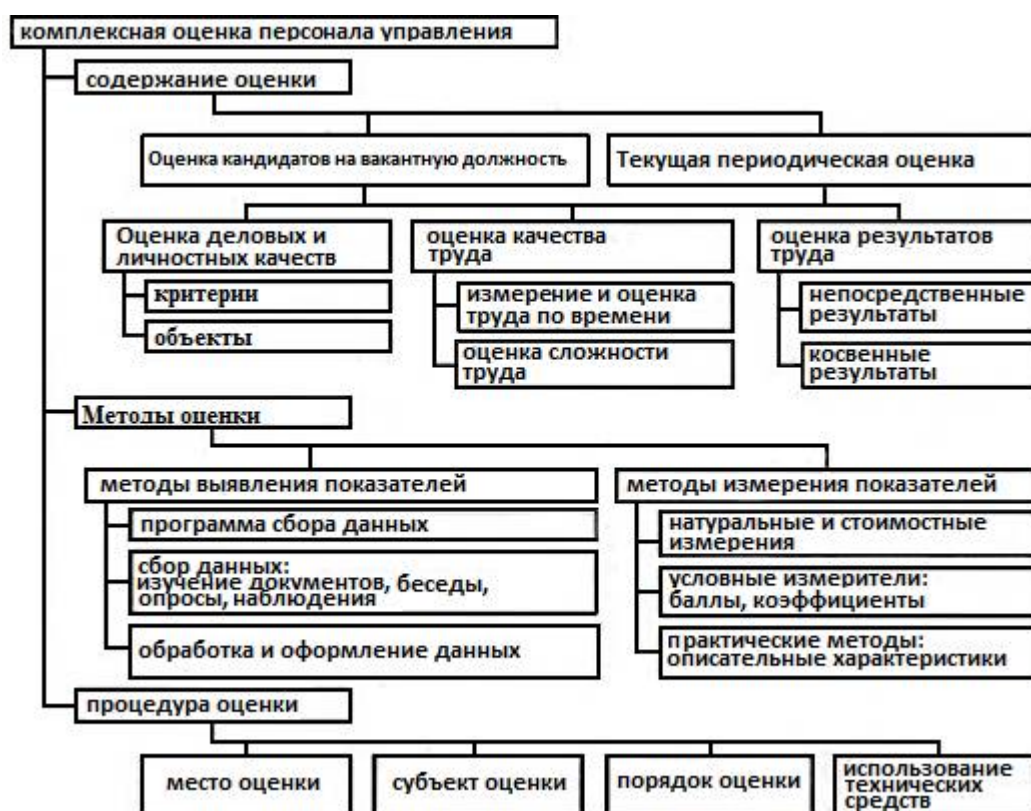


Рис. 3. Методы оценки и отбора кадров

УДК 330.35; ГРНТИ 82.15.05

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ

Л.М. Давиденко

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского,

Россия, Омск, davidenkolm@rambler.ru

Инновационный Евразийский университет

Республика Казахстан, Павлодар, davidenkolm@rambler.ru

Аннотация. В данной работе раскрываются основные подходы в области управления экологическими параметрами деятельности промышленных предприятий. Актуализируется взаимодействие институциональных представителей в целях улучшения экологических индикаторов. Обобщаются научные исследования в области экологического менеджмента.

Ключевые слова: технологическая интеграция, экологический менеджмент, экологические риски.

MODERN TECHNOLOGIES OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT OF INDUSTRIAL COMPANIES

L.M. Davidenko

F.M. Dostoevsky Omsk State University,

Russia, Omsk, davidenkolm@rambler.ru

Innovative University of Eurasia

Republic of Kazakhstan, Pavlodar, davidenkolm@rambler.ru

Abstract. This paper reveals the main approaches to the management of environmental parameters of industrial enterprises. Interaction of institutional representatives to improve environmental indicators is characterized. Scientific research in the field of environmental management is summarized.

Keywords: technological integration, environmental management, environmental risks.

Введение

В настоящее время на повестку дня выходят вопросы обеспечения безопасности социально-экономических процессов, что особенно обострилось в период распространения пандемии. Промышленные компании, выступая в качестве основных участников технологической интеграции, в особый статус выводят деятельность по развитию экологической безопасности на собственных объектах и предприятиях, с которыми они связаны технологической цепочкой, так как сырье, поступающее к ним на переработку и готовая продукция, подвергаясь дальнейшим стадиям обработки, должны соответствовать не только стандартам качества, но и экологической безопасности, равно как и весь технологический процесс. В этом аспекте актуализируются технологии и обобщаются научные подходы в области экологического менеджмента, представляющего собой управление процессами, результаты которых непосредственно влияют на окружающую среду и человека.

Основные участники технологической интеграции в области экологического менеджмента

Институт стейкхолдеров и партнеров по продвижению «чистого производства» состоит из непосредственных участников технологической интеграции в лице хозяйственных субъектов, а также специальных ведомственных учреждений, отраслевых министерств, чья деятельность строго регламентирована законодательными и нормативными актами в области организации производства, охраны окружающей среды. Разумеется, «страновая принадлежность» определяет специфику процесса экологического менеджмента, поскольку ресурсная база, степень развития технологий, инфраструктура, доступ к источникам финансирования капитальных вложений в экологические программы имеют характерные черты как для от-

дельных государств, так и регионов, в которых размещаются промышленные объекты. Всех участников системы экологического менеджмента объединяет задача перехода экономики на возобновляемые источники энергии (ВИЭ). Например, ожидаемая доля ВИЭ в Казахстане к 2025 году должна достичь отметки в 6% от общего объема производства электроэнергии, 10% – в 2030 году, 50% – в 2050 году [1]. Общие цели и задачи различных участников системы экологического менеджмента определяют зону их функциональной ответственности (рис. 1).

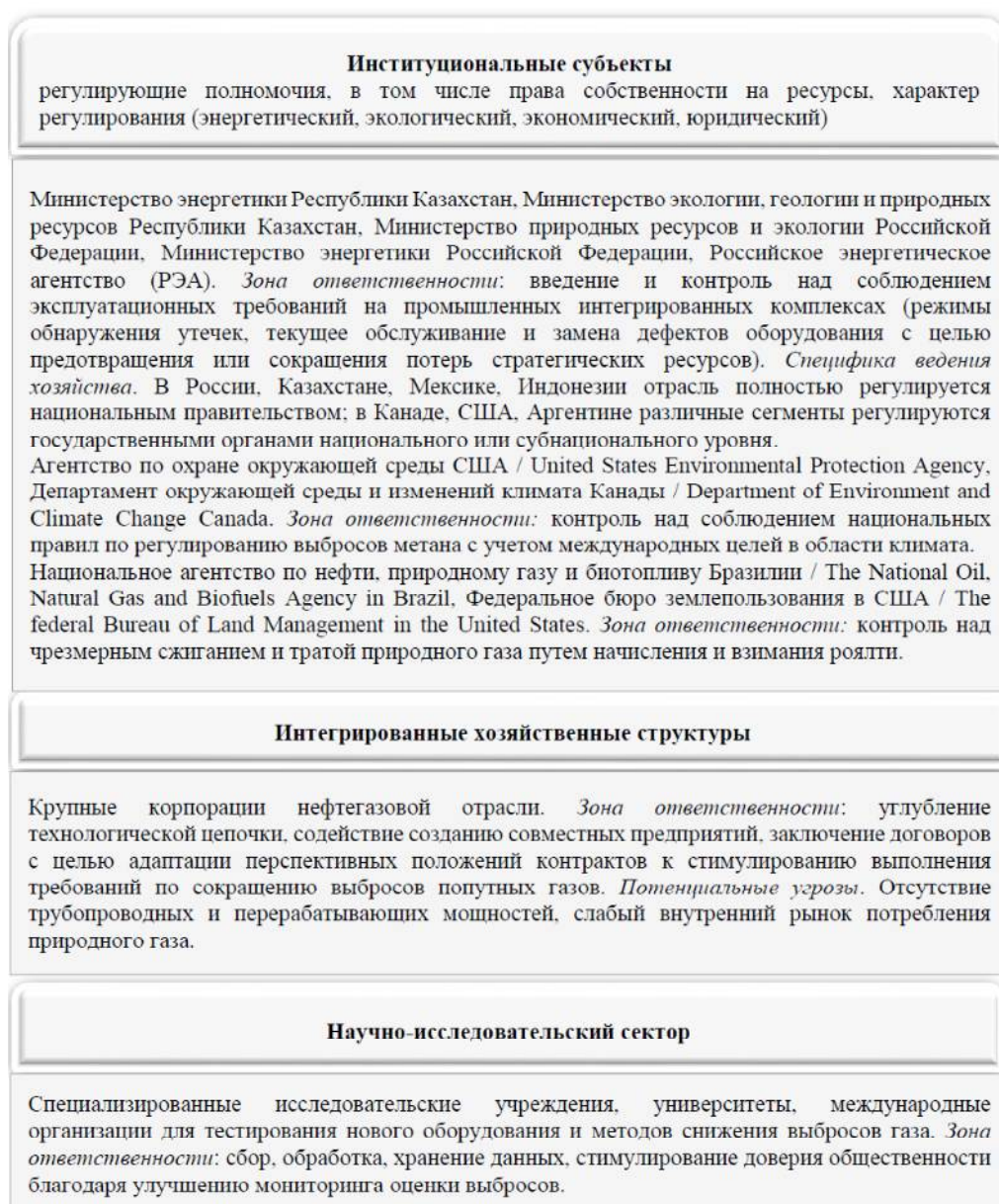


Рис. 1. Стейкхолдеры по обеспечению экологической безопасности промышленного сектора мировой экономики (автор с использованием [1, 2])

Современные технологии экологического менеджмента промышленных компаний.

Технологии экологического менеджмента основаны на научных подходах, которые выработала современная практика управления интегрированными хозяйственными структурами, включая вопросы регулирования производственно-экономической деятельности кластерных формирований, государственные программы по устойчивому развитию отраслей и

регионов, деятельность образовательных структур, научно-исследовательских подразделений, занимающихся разработками технологий безопасного производства, в том числе с использованием искусственного интеллекта (таблица 1).

Проблемы обеспечения экологической безопасности процессов и продуктов лежат на стыке зон системы экологического менеджмента, системы менеджмента качества, системы управления производственной безопасностью и системы энергетического менеджмента.

Таблица 1. Научные подходы и технологии экологического менеджмента промышленных компаний*

Научные подходы и технологии в области экологического менеджмента	Механизмы реализации	Авторы исследований
Регуляторные функции международной политики по ограничению выбросов углерода промышленными компаниями в процессе производства	Инновационная модель оценки производственной эффективности и выбросов углерода компаниями в сравнении с передовыми (эффективными) аналогами с аналогичной структурой производства	ArjanTrinks, Machiel Mulder, Bert Scholtens [3]
Моделирование делегированного управления инвестиционным портфелем	Построение и анализравновесияинвестиционного портфеля, как перспектива выработки управленческих подходов для привлечения капитала на фондовом рынке	Simon Gervais, Gunter Strobl[4]
«Интеллектуализация» системы принятия финансовых решений в области корпоративного управления	Продвижение цифровых технологий, в частности алгоритма роботизированного консультирования, для решения вопросов инвестиционного проектирования экологических проектов	RouvenLitterscheid, David J. Streich [5]
Сочетание стандартных моделей контроля над загрязнением окружающей среды и приемов инвестиционного менеджмента	Предотвращение необратимых экологических процессов, в частности, глобального потепления, путем регулирования ставки дисконтирования в оценке инвестиций (рост ставки помогает смягчить негативные последствия от «грязных» промышленных технологий)	Bruno Nkuiya [6]
Система принятия управленческих решений по выбору и переходу на альтернативные виды энергетики	Программа предварительной диагностики с учетом текущего уровня дефицита в генерации и передаче электроэнергии, территориальных особенностей, финансовых возможностей участников энергетического рынка	Л. А. Родина [7]

* Примечание: автор с использованием [3 – 7].

Выводы

Технологии экологического менеджмента получили новый толчок к обновлению и ускоренной трансформации на действующих производственных объектах. Мировой опыт показывает, что общность интересов, интернациональность форм ведения бизнеса выводят цели и задачи организации безопасного производства в число приоритетных направлений технологической интеграции, так как на пике своего развития человечество приходит к осознанию уязвимости и хрупкости экосистемы и всего живого на планете.

Библиографический список

1. Официальный сайт Министерства энергетики республики Казахстан. Режим доступа: <https://www.gov.kz/memleket/entities/energo/press/news/details/157790?lang=ru>. – Дата доступа: 09.02.2021.
2. Driving Down Methane Leaks from the Oil and Gas Industry. A Regulatory Roadmap and Toolkit. Technology Report. January 2021. Режим доступа: <https://www.iea.org/reports/driving-down-methane-leaks-from-the-oil-and-gas-industry>. – Дата доступа: 12.02.2021.
3. Trinks, A. An Efficiency Perspective on Carbon Emissions and Financial Performance / A. Trinks, M. Mulder, B. Scholtens // Ecological Economics. – 2020. – Vol. 175. – Article number 106632. – DOI: 10.1016/j.ecolecon.2020.106632.
4. Gervais, S. Transparency and Talent Allocation in Money Management / S. Gervais, G. Strobl // Review of Financial Studies. – 2020. – Vol. 33. – Issue 8. – P. 3889 – 3924. – DOI: 10.1093/rfs/hhz116.
5. Litterscheidt, R. An Financial education and digital asset management: What's in the black box? / R. Litterscheidt, D. J. Streich // Journal of Behavioral and Experimental Economics. – 2020. – Vol. 87. – Article number 101573. – DOI: 10.1016/j.socec.2020.101573.
6. Nkuiya B. Tradeoffs between costly capacity investment and risk of regime shift // Economic Modelling. – 2020. – Vol. 91. – P. 117 – 127. – DOI: 10.1016/j.econmod.2020.05.022.
7. Родина, Л. А. Нейтрализация рисков от использования альтернативных источников энергии // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 11-1. – С. 140 – 145. – DOI: 10.17513/vaael.801.

УДК 519.87:336; ГРНТИ 06.73

ПРЕДПРОГНОЗНЫЙ АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТАРИЙ СНИЖЕНИЯ РИСКА И ПОВЫШЕНИЯ НАДЕЖНОСТИ ПРОГНОЗА В УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ

Н.А. Подгорнова

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, podgornova-natalia@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена анализу денежных потоков предприятия, который необходим для увеличения надежности построения прогноза. Проведен анализ потоков денежных средств классическими методами математической статистики и нелинейной динамики.
Ключевые слова: денежные потоки, вейвлет-преобразование, методы нелинейной динамики, вейвлеты Гаусса и Добеши.

PRE-FORECAST ANALYSIS AS A TOOL FOR REDUCING RISK AND IMPROVING THE RELIABILITY OF THE FORECAST IN CASH FLOW MANAGEMENT

N.A. Podgornova

*Ryazan State Radio Engineering University,
Russia, Ryazan, podgornova-natalia@mail.ru*

The summary. The article is devoted to the analysis of the company's cash flows, which is necessary to increase the reliability of the forecast. The analysis of cash flows by classical methods of mathematical statistics and nonlinear dynamics is carried out.
Keywords: cash flows, wavelet transform, nonlinear dynamics methods, Gauss wavelets and Daubechies.

Динамизм производственных процессов и рыночного механизма, характеризующихся огромным количеством постоянно меняющихся связей, зависит от множества внутренних и внешних факторов, способных существенно повлиять на всю структуру его зависимостей, причем воздействие может быть самым разнообразным. Это привело к созданию множества методов и методик прогнозирования экономических процессов, построению модели, адекватно отражающей динамику экономических временных рядов.

Сложное непредсказуемое поведение экономической (стохастическим) системы может быть обусловлено случайными изменениями ее параметров, случайными внешними воздействиями, а также развитием в системе разнообразных неустойчивостей. Последняя при-

чина часто приводит к развитию в системе так называемого детерминированного хаоса. Указанные факторы приводят к стохастизации сигналов и структур, характеризующих поведение и состояние системы. Для изучения процессов стохастизации чаще всего привлекаются разнообразные вероятностные подходы.

В основе таких подходов лежат методы статистического анализа случайных величин и функций. Часто они сводятся к определению таких характеристик как плотность распределения вероятностей, математическое ожидание, дисперсия, моменты высоких порядков, автокорреляционные функции, спектральные плотности.

В качестве анализируемых данных используются ежедневные притоки и оттоки денежных средств *ОАО «ABC»* ($N=175$ – количество наблюдений временного ряда ежедневных изменений потоков денежных средств представлены на рисунке 1 и рисунке 2).

Необходимо выявить закон распределения исследуемого временного ряда предприятия. Значения асимметрии и эксцесса используют на практике для проверки гипотезы о принадлежности данных к нормальному распределению.

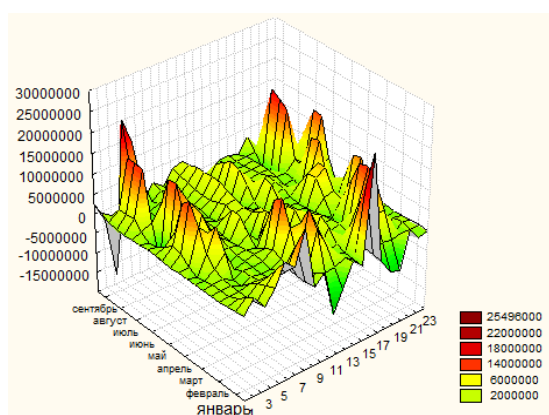


Рис. 1. Графическое представление ежедневных изменений притока денежных средств *ОАО «ABC»* по месяцам

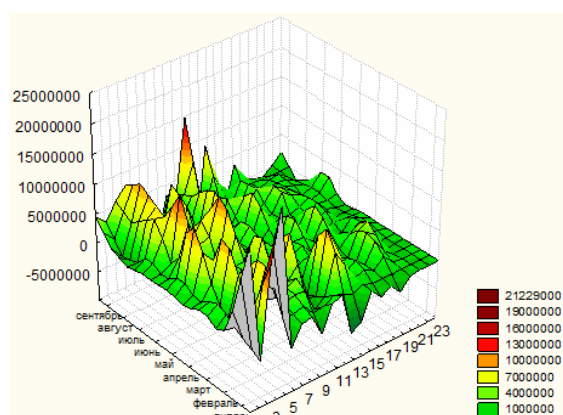


Рис. 2. Графическое представление ежедневных изменений оттока денежных средств *ОАО «ABC»* по месяцам

С помощью пакета *Statistica* получены графики функций распределений вероятностей временных рядов денежных потоков (рисунок 3 и рисунок 4). Расчеты статистических показателей вариации по интервальным рядам распределения денежных потоков, а также коэффициенты асимметрии и эксцесса предприятий *ОАО «ABC»* представлены в таблице 1.

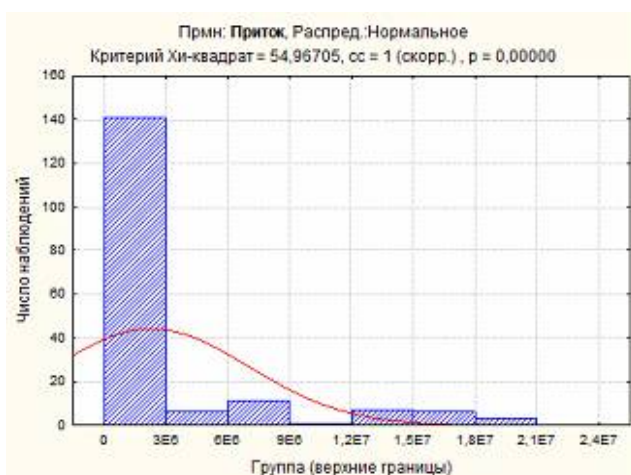


Рис. 3. График функции нормального распределения временного ряда притока денежных средств предприятия *ОАО «ABC»*

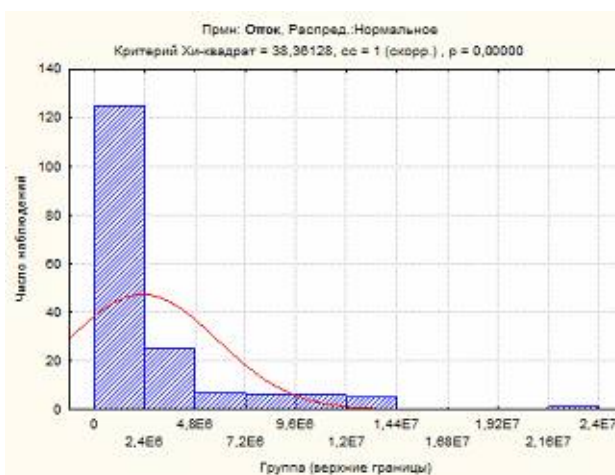


Рис. 4. График функции нормального распределения временного ряда оттока денежных средств предприятия *ОАО «ABC»*

Таблица 1. Статистических показателей вариации, коэффициенты асимметрии и эксцесса для временных рядов распределения денежных потоков предприятия ОАО «АВС»

	Среднее	Дисперсия	Станд. отклонение	Асимметрия	Стд.ош. асимметрии	Эксцесс	Стд.ош. Эксцесс	Коэффициент вариации
ДОХОД	2290160	22518302380948	4745345	2,359204	0,18	4,60	0,37	2,077
РАСХОД	2311979	12523065280758,6	3538794	2,439328	0,18	6,7	0,37	1,537

Из рисунков 3 и 4 видно, что распределения вероятностей временных рядов потоков денежных средств предприятия не является нормальным. С помощью χ^2 - критерия согласия осуществляем проверку гипотезы о нормальном распределении вероятностей временных рядов. Критерий согласия Пирсона по денежному притоку $\chi^2_{набл} = 54,967$ ($\chi^2_{набл} > \chi^2_{кр}$, $\chi^2_{набл} (0,01, 1) > 6,635$). Критерий согласия Пирсона по денежному оттоку $\chi^2_{набл} = 38,361$ ($\chi^2_{набл} > \chi^2_{кр}$, $\chi^2_{набл} (0,01, 1) > 6,635$). $\chi^2_{набл}$ принадлежит критической области, поэтому гипотеза о нормальном распределении временных рядов потока денежных средств не верна.

Из представленных расчетов следует, что распределение вероятностей временных рядов потоков денежных средств предприятия не является нормальным, т.к. для них не выполняются некоторые свойства нормального распределения. Из представленных на рисунках 1 и 2 графики функций распределений несимметричны относительно средней величины, выражены тяжелые правосторонние хвосты распределения и для случайных величин денежных потоков не выполняется «правило трех сигм».

Стандартное отклонение σ временных рядов притока больше чем оттока денежных средств предприятия и более вариабелен, соответственно диапазон вероятностного распределения для притока шире, что уменьшает достоверность прогноза.

В рядах распределения (по притоку и оттоку) имеет место правосторонняя асимметрия. Асимметрия свидетельствует о значительной несимметричности распределения. $A_s = 2,359$ (приток денежных средств), $A_s = 2,439$ (отток денежных средств) (т.к. $A_s > 0,5$ - является существенной). Поэтому асимметрия является существенной и распределение признака временного ряда несимметрично.

Степень существенности асимметрии оцениваем с помощью средней квадратической ошибки коэффициента асимметрии (σ_{AS}): $|A_s|/\sigma_{AS} = 12,849$ (приток денежных средств) и $|A_s|/\sigma_{AS} = 13,286$ (отток денежных средств). Асимметрия является существенной, т.к. значительно превышает установленного значения ($|A_s|/\sigma_{AS} < 3$).

Эксцесс определяется только для симметричных и умеренно асимметричных распределений. Распределения временных рядов денежных потоков островершинные.

$E_k = 4,603$ (приток денежных средств) и $E_k = 6,7$ (отток денежных средств). Соответственно отклонение эмпирические распределения временных рядов денежных потоков предприятия от нормального можно считать очень значительным и высокая степень выраженности хвостов распределения. Степень существенности эксцесса ($|E_k|/\sigma_{EK} = 12,604$ (приток денежных средств) и $|E_k|/\sigma_{EK} = 18,345$ (отток денежных средств)) значительно превышает установленного значения ($|E_k|/\sigma_{EK} < 3$, где σ_{EK} - средняя квадратическая ошибка эксцесса). Поэтому отклонение эмпирические распределения временных рядов денежных потоков предприятия от нормального можно считать существенным.

Эксцесс распределения указывает на значительное количество данных с большими амплитудами. Распределение с таким эксцессом имеет «толстые правосторонние» хвосты функции плотности.

Временные ряды имеют высокую асимметрию, толстые правосторонние хвосты и пик около среднего значения выше, чем предсказывается нормальным распределением. Используя фрактальный анализ можно отличить толстохвостатые гауссовские распределения от распределений фрактальных.

В силу того, что рассматриваемые ряды не выполняются условие независимости и, как следствие, их поведение не подчиняется нормальному закону, базирующиеся на аппарате математической статистики эконометрические методы анализа и прогнозирования временных рядов, оказываются неадекватными.

Из анализа временных рядов денежных потоков предприятия следует, что временные ряды денежных средств предприятия являются нестационарными. Временной ряд денежных потоков сильно зашумлен и краткосрочный, слабовыраженный тренд может восприниматься как случайные колебания. Необходимо провести анализ финансовых данных и определить такие факторы, как периодичность, тренд, локальные особенности.

Инструментом для изучения движения потоков денежных средств является разложение в ряд Фурье и анализ спектра. Но преобразование Фурье не может быть использовано для анализа и распознавания нестационарных сигналов. Требуется специальный анализ временных рядов денежных потоков, определяющих адекватность применяемого аппарата прогнозирования.

Для получения предпрогнозной оценки и возможности прогнозирования исследуемого временного ряда используем способ обработки и исследования сигналов – вейвлет-анализ, который широко применяется для анализа нестационарных (во времени) и неоднородных (в пространстве) сигналов.

Вейвлет-преобразование оказывается очень удобным инструментом для адекватной расшифровки таких данных, поскольку элементы его базиса хорошо локализованы и обладают подвижным частотно-временным окном. Наряду с глобальными характеристиками стохастических процессов (получающихся в результате использования процедуры усреднения по большим временным интервалам) вейвлеты позволяют вскрыть особенности их локальной структуры.

Для оценки возможности прогнозирования временного ряда проводится исследование временных рядов непрерывным вейвлет-преобразованием. Проводится анализ и определяются: периодичность, тренд, локальные особенности, необходимый объем исходной выборки.

Для реализации непрерывного вейвлет-преобразования применены вейвлеты Гаусса и Добеши. Спектрограммы сигнала денежного оттока, синтезированных гауссовым вейвлетом порядка 1 и Добеши порядка 1, представлены на рисунке 5. На графиках денежного оттока выделены моменты изменения поведения и структуры денежного оттока, определены его области непредсказуемости. Отток денежных средств является планируемым и более предсказуемым.

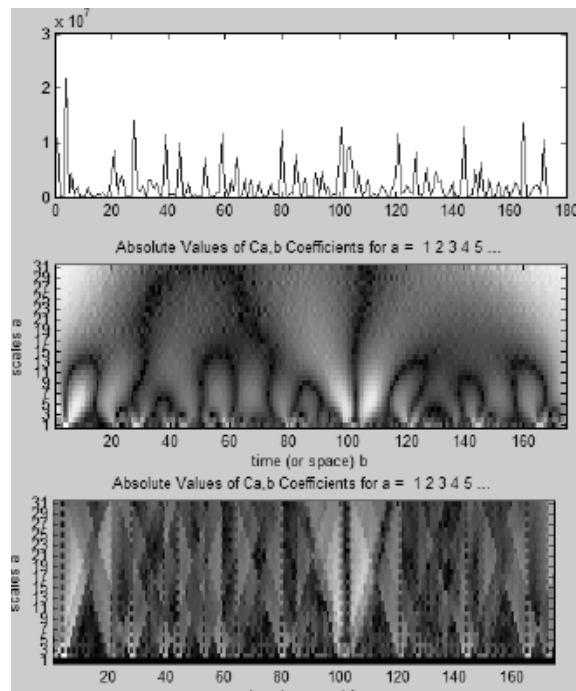


Рис. 5. Спектрограмма сигнала ежедневного оттока денежных средств предприятия ОАО «АВС»

Предпрогнозная обработка исходных данных осуществляется дискретным вейвлет-преобразованием для очищения временных рядов от шума. Обработка осуществляется для подготовки и использования в качестве входных данных для обучения нейронной сети и построения качественного прогноза инструментарием нейросетевых технологий. Вейвлет-преобразование позволяет оптимизировать количество обрабатываемых данных без потери наиболее существенной информации и является необходимым условием для применения моделей прогнозирования

После проведения ряда экспериментов в виде механизма обработки для очистки зашумленного сигнала в работе обоснованно используется короткий вейвлет Добеши 3-го порядка, 2 уровня разложения (рисунок 6, рисунок 7).

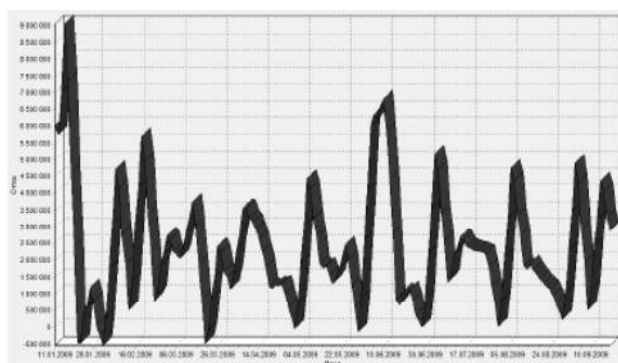


Рис. 6. Временной ряд оттока денежных средств предприятия после очищения от шума с помощью вейвлет-преобразования

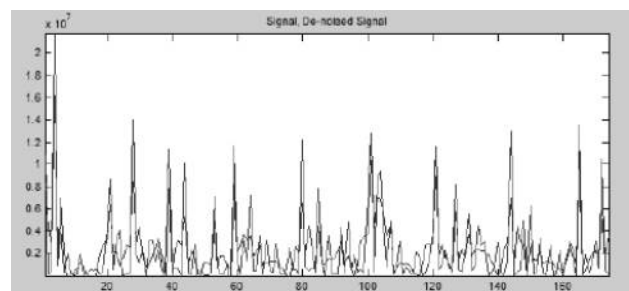


Рис. 7. Исходный временной ряд оттока денежных средств предприятия и после очищения от шума

Исследуемые временные ряды денежных потоков предприятия не подчиняются нормальному закону распределения и применение к ним методов статистического анализа дает малоинформативную предпрогнозную информацию. В качестве альтернативы используются математические инструменты – фрактальную геометрию, теорию хаоса, нечеткую логику, нейронные сети и другие, входящие составными частями в новую, нелинейную парадигму и составляющие инструментарий разработчиков интеллектуальных систем. Методами нели-

нейной динамики позволяют выявить сущность глубинных экономических процессов, часто скрытых и неявных, и разработать основу для принятия решений и прогнозирования сложных ситуациях.

Отражая современные тенденции в финансовом мире, междисциплинарный подход в экономике и финансах является прорывом в комбинировании различных методов теории сложности, таких, например, как методы нелинейной и хаотической динамики, фрактальный анализ и нейротехнологии в дополнении к классическим моделям анализа и прогнозирования.

Библиографический список

1. Статистика : учебник для вузов / И. И. Елисеева [и др.] ; ответственный редактор И. И. Елисеева. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 572 с.
2. Терехин В.И. Подгорнова Н.А. Моделирование и управление остатками денежных средств предприятия, Монография / Н.А. Подгорнова. — М.: Креативная экономика, 2012.
3. Хамидуллин Р. Я. Теория вероятностей и математическая статистика. М.: Издательский дом Университета "Синергия", 2020. 276 с.

УДК 338.33; ГРНТИ 06.54.31

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Н.Е. Попова

*Рязанский государственный радиотехнический университет
Рязань, pne.rabota@yandex.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются основные подходы к внедрению концепции бережливое производство, а также представлены основные причины недостаточно эффективной практики внедрения концепции бережливого производства.

Ключевые слова: российское производство, бережливое производство, система 5S

CURRENT PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF THE CONCEPT OF LEAN PRODUCTION AT RUSSIAN ENTERPRISES

N.E. Popova

*Ryazan State Radio Engineering University
Ryazan, pne.rabota@yandex.ru*

Abstract. The article discussed the main approaches to the introduction of lean production and presented the main reasons for the lack of effective implementation of lean production.

Keywords: Russian production, lean production, 5S system

В настоящее время в Российской Федерации развернулась борьба за повышение качества выпускаемой продукции, повышение производительности труда, сокращение запасов.

Одним из способов повышения производительности труда, повышения качества продукции и ресурсосбережения является освоение механизмов бережливого производства (сокращение – БП), способствующих повышению эффективности производства на основе организационно-управленческих инноваций, не требующих значительных капиталовложений.

Стратегической целью внедрения данной концепции является создание и производство продукта, соответствующего требованиям клиента:

- обеспечение заданных технических и эксплуатационных характеристик продукта;
- достижение минимальных затрат ресурсов предприятия;
- оптимизация сроков создания продукта;
- обеспечение гарантированной поставки продукта заказчику в установленные сроки;

– высокое качество продукта.

При рассмотрении использования традиционного подхода к развитию российского предприятия происходит внедрение технико-технологических инноваций, которые требуют значительных объемов инвестирования. При этом результаты инвестиционной деятельности проявляются в долгосрочной перспективе. При внедрении бережливого производства происходит ориентированность на внедрение организационно-управленческих инноваций, не требующих значительных капитальных вложений и окупающихся в краткосрочном периоде, что подтверждается результатами использования данной концепции зарубежными и некоторыми российскими компаниями.

Все вышеизложенное свидетельствует о необходимости и целесообразности исследования теории и практики применения концепции бережливого производства на зарубежных и отечественных предприятиях.

На сегодняшний день в профильной литературе можно встретить различные варианты алгоритмов внедрения от ведущих теоретиков и практиков БП.

Одним из самых популярных подходов к внедрению БП является алгоритм американского исследователя, одного из авторов бестселлера «Машина, которая изменила мир», Джеймса Вумека [1] (подход описан по этапам и представлен на рисунке 1).

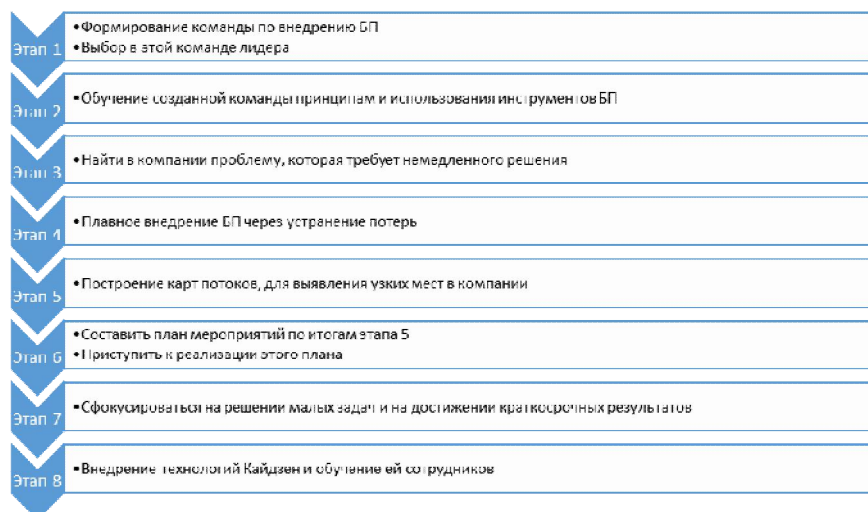


Рис. 1. Подход к внедрению БП по Джеймсу Вумеку

Основная идея подхода к внедрению БП состоит в движении от частного к общему. Ключевую роль при построении производственной системы на основе принципов БП, по мнению Джеймса Вумека, играет лидер, готовый взять на себя ответственность за весь процесс, его непрерывное совершенствование.

Такой подход внедрения БП на российских предприятиях привел к реализации принципов и методов БП на пилотных участках. Недостатками такого подхода являются сложность распространения инструментов и методов БП на все предприятие, а также отсутствие увязки интересов производственных подразделений и функциональных служб, участвующих в создающих ценность процессах, что в свою очередь снижает эффективность реализации данной концепции.

Обратимся к Джеффри Лайкеру (ведущему мировому эксперта по методам Toyota) и его методу внедрения БП [2; 3] (подход описан по этапам и представлен на рисунке 2).

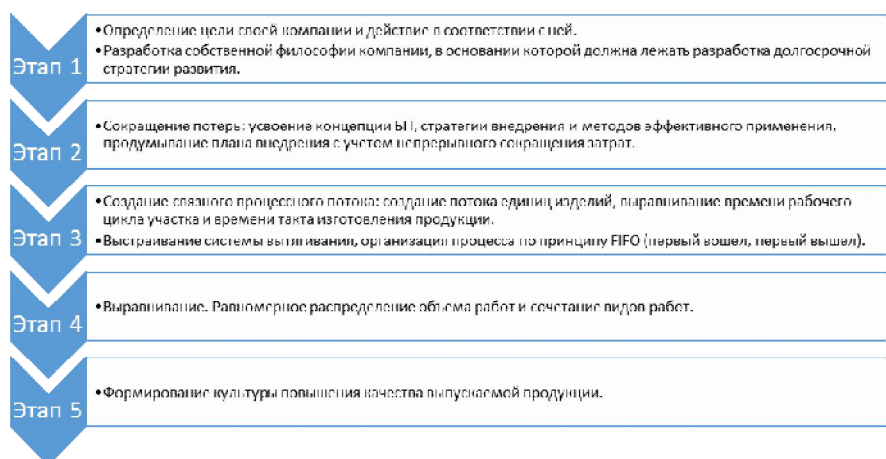


Рис. 2. Подход к внедрению БП по Джеффри Лайкеру

В основе подхода к внедрению БП Джеффри Лайкера лежат два ключевых положения: уважение к людям и постоянное совершенствование, в том числе управление материальными потоками. На сегодняшний день управление материальными потоками большинства российских предприятий осуществляется с помощью выталкивающей системы, в которой для каждого производственного подразделения предусмотрен план, и они работают над его выполнением. Сделав свою часть работы, предметы труда «выталкиваются» на следующий этап обработки в соответствии с заранее разработанным графиком, независимо от того, есть ли в этом потребность, что приводит к рассогласованию процессов, простоям и перепроизводству.

Переход на «вытягивающую» систему управления, в которой предметы труда подаются с предыдущей технологической операции на последующую операцию, осуществляется только тогда, когда в них возникает потребность в условиях высокого уровня прерывности производства, является сложной задачей, поскольку приходится менять не только привычные принципы работы предприятия, но и учиться смотреть на производственные процессы с обратной стороны цепочки – со стороны потребителя. Автором еще одного подхода к освоению механизмов БП является Майкл Вейдер, ставший одним из первых авторов нескольких ключевых трудов в этой области, один из первых иностранных консультантов на территории России (подход описан по этапам и представлен на рисунке 3).

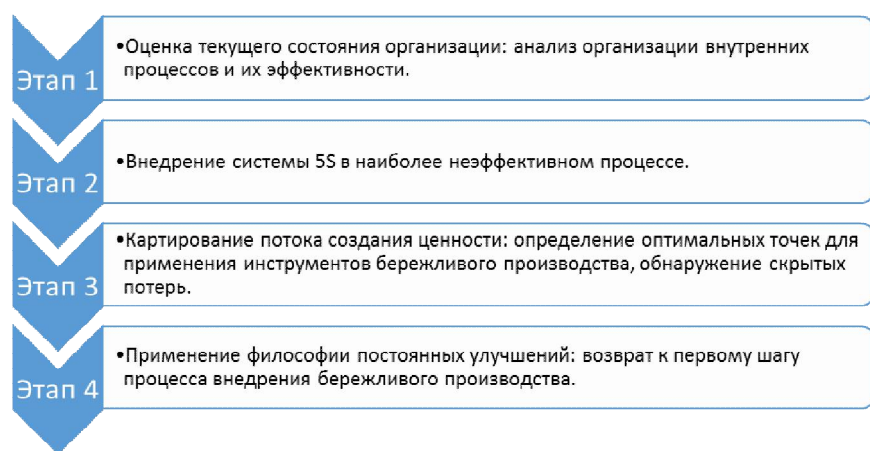


Рис.3. Подход к внедрению БП по Майклу Вейдеру

Практика внедрения концепции БП с внедрением системы рациональной организации рабочего пространства 5S получила широкое распространение на российских предприятиях.

Безусловно, основной причиной такой распространенности послужила универсальность данного метода – его можно использовать на любом предприятии, независимо от его размера, выпускаемой продукции или оказываемых услуг. К сожалению, некоторые российские предприятия, начав внедрение системы БП с внедрения системы 5S и не увидев быстрых результатов, разочаровываются в ней и прекращают работу по совершенствованию своей производственной системы. Также наблюдается направление всех усилий на внедрение системы 5S и недооценка предварительного анализа процессов в организации, с целью идентификации ключевых потерь и выбора по определенным критериям наиболее эффективных методов БП.

Анализ опыта внедрения бережливого производства в практику российских промышленных предприятий свидетельствует о том, что количество успешных примеров внедрения бережливого производства гораздо меньше тех, которые закончились провалом или не были доведены до конца.

На рисунке 4 представлены итоги исследования и сформулированы проблемы внедрения БП на российских предприятиях.



Рис. 4. Проблемы внедрения БП на российских предприятиях

На сегодняшний день в России сложилась благоприятная ситуация для распространения организационно-управленческих инноваций посредством освоения механизмов, предлагаемых современными концепциями БП.

Необходимость внедрения БП осознана как на уровне государства, что проявляется в реализации таких программ, как «Бережливое правительство», «Бережливая поликлиника», не только на региональном уровне, но и на уровне отдельных предприятий и организаций. К сожалению, реализация таких программ свидетельствует о наличии несоответствия ожиданий фактическому положению дел.

Одной из основных причин сложившейся ситуации является недооценка важности понимания и следования философии, положенной в основу данной концепции, что не способствует формированию бережливого мышления у участников процесса освоения этой системы.

Таким образом, для преодоления выявленных причин недостаточно результативного внедрения БП, необходима разработка типовых элементов механизма внедрения БП, учиты-

вающего выявленные особенности освоения данной концепции на российских предприятиях, что позволит повысить их эффективность и конкурентоспособность.

Библиографический список

1. Вумек Дж. П., Джонс Д. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2012. – 473 с.
2. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Пер. с англ. М.: Издат. группа «Точка», 2018. 400 с. 3. Лайкер Дж., Майер Д. Руководство по внедрению принципов менеджмента Toyota / Пер. с англ. М.: Издат. группа «Точка», 2017. – 586 с.

УДК 331.5.024.5; ГРНТИ 06.77.61

РЫНКИ ТРУДА КНР, ФРГ, СОЕДИНЕННОГО КОРОЛЕВСТВА И РОССИИ

М.Р. Елманов

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, elmanov_mr@mail.ru*

Аннотация. В работе рассматриваются особенности, недостатки, преимущества рынков труда Китая, Германии и Великобритании с целью применения их опыта на российском рынке труда. Ознакомление начинается с недостатков рынка труда КНР, как наименее развитого в данном направлении государства, и возможных способах их устранения. Затем будут представлены приоритетные стратегические направления и цели рынка труда ФРГ. Далее будет проведен анализ экономики Соединенного Королевства и рынка труда в частности. На протяжении всей статьи сравниваются экономические реалии, законы и приоритетные направления зарубежных рынков труда с российскими нормами, которые фактически не обеспечивают желательной скорости роста производительности в производственной сфере, рождаемости, заработной платы, выравнивания уровня дохода и благ, которые имеют ключевое влияние на уровень удовлетворенности граждан.

Ключевые слова: рынок труда, безработица, трудовые ресурсы, активное население, миграция трудовых ресурсов, численность населения, налогообложение.

LABOR MARKET OF PRC, FRG, UNITED KINGDOM AND RUSSIA

M.R. Elmanov

*Ryazan State Radio Engineering University
Russian Federation, Ryazan, elmanov_mr@mail.ru*

The summary. The paper discusses labor markets of features, disadvantages, advantages of China, Germany, United Kingdom in order to use their experience on Russian labor market. The acquaintance begins with the shortcomings of the labor market of the PRC, as the least developed state in this direction and possible ways to eliminate them. Then the priority strategic directions and goals of the German labor market will be presented. Next, an analysis of the UK economy and the labor market in particular will be carried out. Throughout the article, economic realities, laws and priority areas of foreign labor markets are compared with Russian norms, which in fact do not provide the desired rate of growth of productivity in the production sector, birth rate, wages, leveling of income and benefits, which have a key impact on the level of citizens' satisfaction.

Keywords: labor market, unemployment, labor resources, active population, labor resources migration, population, taxation.

Целью данной статьи является анализ показателей, подходов и методов, применяемых на рынках труда Китая, Германии и Англии, с последующим использованием при разработке предложений по совершенствованию Российского рынка труда.

Особенности рынка труда Китайской Народной Республики (КНР)

Китайская народная республика (КНР) – государство, которое занимает 1 место в мире по численности (1 433 783 692 чел.) и 3 место по территории (9 598 962 км²). КНР присущ

дуализм, так как экономика явно обладает чертами рыночной экономической системы, в то время как государство является социалистическим.

В опубликованных китайским Госкомстатом данных говорится, что в 2020 году в стране было создано 11,86 млн. новых городских рабочих мест. За весь 2020 год уровень безработицы в Китае составил 4,7% по сравнению с предыдущим 5,5%. Особое внимание в деятельности государства уделяется вопросам трудоустройства молодёжи, согласно данным статистики труда в Китае в 2019 году среди городских зарегистрированных безработных молодёжь 16 - 34 лет составляет 53,2%. Высокий уровень безработицы среди молодежи тормозит развитие экономики и формирует основу для социального недовольства.

Работа по созданию новых рабочих мест спланирована таким образом, чтобы к 2021 и последующие годы полностью иметь возможность трудоустроить весь приток поступающей рабочей силы, который к этому времени составит 2% (15 - 20 млн. человек ежегодно), в 2005 году он составлял 3,4%. Молодежная политика Китая проводится в соответствии с Законом «О молодежи Китая». Значительная роль в этом отводится Всекитайской Федерации Молодежи.

2000 годах сменился вектор развития экономики Китая, если в предыдущие годы развитие экономики определялось расширением сферы производства и созданием новых рабочих мест, то с 2000 годов тренд экстенсивного развития экономики сменился на ускоренное внедрение инноваций и повышение качества выпускаемой продукции. В этом векторе развития степень участия молодого поколения будет иметь определяющую роль.

Развитие экономики Китая потребовало преодоления ряда проблем. Первая самая ярко выраженная проблема Китая – это несомненно численность населения. Предложение постоянно превышает спрос. Частично решить данную проблему позволили два разрешения: разрешение крестьянам свободно выбирать профессии и самостоятельно вести хозяйственную деятельность, а также разрешение заниматься бизнесом в городах. Данный шаг позволил в течение 23 лет (с 1978 г. до 2001 г.) уменьшить с 70,5% до 50% удельный вес занятых в сельском хозяйстве в общей численности занятых.

Вторая проблема связана с безработицей. Проведённые последние исследования в 2019 году показывают уровень выше минимума (1,8%) в два раза. Согласно официальной статистике, безработица составляет в среднем 4% в период с 2000-2019 годов, что отчасти является правдой. Другие исследовательские центры показывают цифру 8,1%, а некоторые отстаивают свои данные о 20% безработицы особенно среди молодёжи в 2019 году. В так называемой статистике не учитываются существенная часть населения, не обладающая полными правами и возможностями из-за отсутствия регистрации, требуемого образования, происхождения, рода деятельности. Поэтому высокие проценты формируются за счет необразованных, сельских слоёв населения, тогда как людям с образованием легче не потерять свою работу. Но, несмотря на довольно жесткую государственную политику регулирования рождаемости, численность рабочих в сельском секторе постоянно увеличивается. Для того чтобы выровнять спрос и предложение рабочей силы правительству требуется утверждения следующих приоритетов:

- поощрить мобильность рабочей силы между регионами и предприятиями;
- ослабить контроль над пропиской;
- направить людей на обеспечение их собственное благосостояние посредством участия в программах общественного или частного секторов с целью увеличить стимулирование экономики (инвестирование на фондовом рынке);
- обеспечить надежной правовой основой для системы трудовых контрактов.

Третьей проблемой Китая является недостаток квалифицированных кадров по отдельным профессиям, что прежде всего связано с изменениями в технико-технической базе. Для решения данной проблемы были сформированы новые программы обучения с

более сбалансированными планами обучения, включающими не только обновление теоретической базы, но и формирование трудовых навыков, недостаток которых чаще всего являлся причиной неудач молодых кадров при устройстве на работу. Китай слишком быстро пытается перейти от роли мировой фабрики с низким уровнем производства к государству передовых технологий и предоставления качественных услуг. Для этого требуется мощный импульс за счет квалифицированных специалистов. В Китае только 19% занятого населения являются квалифицированным персоналом и <5% высококвалифицированных специалистов.

Четвертая проблема – сверх продолжительность рабочего времени. Несмотря на то, что в законодательстве установлена 40-часовая рабочая неделя, статистика показывает, что 90% предприятий превышает данную норму до 44 часов и более. Также сверхурочная работа и 10-часовая шестидневная рабочая неделя стали обычным явлением.

Пятая проблема Китая заключается в отсутствии полноценного социального обеспечения в части медицинского, пенсионного и других видов обслуживания. Важен и тот факт, что около двух третей всего населения вовсе не попадают под социальное обеспечение и защиту.

Шестая проблема связана с дискриминацией в сфере занятости. Самая распространенная дискриминация из всех – по прописке (регистрации). Большинство рабочих-мигрантов (около 290 млн. человек) прибывают из сельских районов и «существуют» в плохих условиях, с низкой заработной платой, частыми переработками, задержками зарплаты и др. Также на рынке труда распространены и другие формы дискриминации: по образованию, возрасту, этнической группе, полу (женщины имеют меньший приоритет в связи с физическими ограничениями и необходимостью прерывать работу из-за беременности).

Для роста эффективности управления рынком труда власти КНР необходимо:

- привлечение незанятых работников на непрерывно растущий объем общественных работ;
- создание новых рабочих мест;
- переподготовка безработных вместе с их дальнейшим трудоустройством;
- совершенствование политики выплат из социальных фондов;
- формирование и ввод программ по трудоустройству выпускников;
- сохранение трудоемкого сектора экономики. Данное решение власти учитывает национальные особенности: высокое количество рабочих рук, низкая квалификация большинства, а также мировую тенденцию переноса трудоемких производств из государств с высокоразвитым промышленным сектором в развивающиеся страны.
- направление управленческой активности в сторону научно-технической сферы;
- постепенное развитие сферы производства. Увеличение числа сложных производств, включая высокотехнологические, с нарастающим устранением импорта для большинства отраслей Китая стало одним из основных направлений проводимой политики на рынке труда.

Рынок труда Федеративной Республики Германии (ФРГ)

На сегодняшний день состояние экономики является устойчиво-благополучным, несмотря на рост неудовлетворенного спроса на рабочую силу. Причем на рынке труда спрос превышает предложение как для высокоспециализированных специальностей (учитель, IT-специалист, доктор), так и для менее квалифицированных работников. Для решения данных вопросов правительство ФРГ приняло ряд законов, разработало программы трудоустройства.

Для начала правительство ФРГ коснулось молодежи, чтобы в будущем иметь потенциальную возможность преодолеть насущную проблему нехватки трудовых ресурсов. В

первую очередь был разработан набор программ и обеспечено их финансирование (десятки миллиардов долларов) с целью привлечения обучающихся из третьих стран. Также был расширен круг студентов для получения государственной ссуды на обучение в вузах, что несомненно способствовало росту потенциальных специалистов. В дополнение, государство выдало определенное число квот для абитуриентов, желающих обучаться в медицинском университете или колледже.

В середине мая 2019 года Кабинет министров Германии принял поправку к Закону о профессиональном обучении (Berufsbildungsgesetz, BBiG). Величина вознаграждения для стажеров-работников была увеличена и в 2021 году составляет 550 евро, в 2022 году - 585 евро, в 2023 году - 620 евро, а стажерам старших курсов предусмотрены надбавки в зависимости от срока обучения [2].

Число мигрантов из стран ЕС и восточноевропейских стран за последние 5 лет выросло в три раза, составляет 6,5%. На рынке Германии работает большое количество поляков, чехов, словаков, венгров и др. Важно заметить, что более половины всех иностранцев являются высококвалифицированными специалистами с подтвержденными квалификациями в ФРГ.

В 2019 году правительство представило законопроект касающийся оказания содействия и предоставление поощрений иностранным рабочим. Также станет более ясной система подготовки к профессиональному обучению, которая будет требовать лишь разрешение на работу, не предъявляя жестких требования к сроку проживания в Германии. Закон позволит иностранцам пройти интеграционный курс через 9 месяцев проживания. Доступ для прохождения курса по немецкому языку появляется после 6 месяцев проживания на территории ФРГ.

Правительство Германии рассматривает законопроект о миграции квалифицированных специалистов. В 2018 году данный закон открыл дорогу на рынок труда ФРГ для рабочей силы из третьих стран. Основными требованиями (предпосылками) для потенциального работника являются: заключенный трудовой договор, знание немецкого языка, наличие средства для самообеспечения, а также отказ от социальной помощи. Всем претендентам предоставляются: 6 месяцев для поиска работы, либеральные уступки, способствующие сокращению бюрократических барьеров.

Таким образом, Германия применяет существенные усилия для качественного снабжения трудовыми ресурсами своей экономики, с целью формирования устойчивого, интенсивного потока иностранной рабочей силы. Власти ФРГ осознают, что в ближайшие десятилетия полностью удовлетворить спрос на рынке труда за счет собственных кадров не удастся. Поэтому перед ФРГ стоит задача не только быть, но и ассоциироваться для остальных стран с государством, в котором функционирует наиболее дружелюбная система трудовых отношений (столица трудовых мигрантов), не обремененная побочными, бюрократическими преградами, которые часто сильнее остальных влияют на конечное решение выбора места релокации.

Несмотря на поверхностную привлекательность, данная миграционная политика Германии никак не защищена от мигрантов-обуз их экономической машины. Около половины мигрантов являются неквалифицированными специалистами в различных сферах. Поэтому затраты на них по времени, ресурсам могут существенно превышать приносимый ими профит хотя бы в первое время. Сейчас Германия находится на таком этапе развития, когда данная проблема не является существенной, но принимать данный факт во внимание несомненно приходится.

Особенности рынка труда Великобритании

Экономика Великобритании является одной из самых мощных в мире, несмотря на недавний выход из ЕС (1 февраля 2020 г.). Как и Германия, Соединенное Королевство настроена на рост потока иностранных мигрантов (наемных рабочих, самозанятых) из разных стран мира: европейские, азиатские, североамериканские страны. Высокий поток желающих формирует большую конкуренцию за рабочие места на рынке труда. Уровень безработицы в Великобритании равен 4,1%. Работающих граждан 33 млн., а безработных 1,3 млн. Также в сравнении с 2018 годом доля наемных работников увеличилась на 400 тысяч человек, в то время как доля самозанятых сократилась на 95 тысяч. Для официального трудоустройства в Великобритании иностранцам из третьих стран (Африка, Индия, Украина и др.) требуется перед переездом найти работодателя, иметь готовый, подписанный трудовой контракт, а также получить рабочую визу. При чем на вакансию не должны претендовать граждане Великобритании и стран ЕС. Оформление визы - это процедура, включающая специальную систему баллов (таблица 1).

Великобритания стоит выше в своей миграционной политике, чем ФРГ и КНР, так как, несмотря на то, что она преследует те же цели, ей важно качество трудовых ресурсов, желающих жить и работать в их стране. Другим словами, власти Королевства не хотят обременять свою экономику потенциальными иждивенцами, кормящимися за счет социальных выплат. Им требуются люди, ставшие «суперзвездами» в своем деле, призвании, ученые, которые будут продвигать и прославлять их страну, то есть люди с активной жизненной позицией, инновационными идеями.

Текущая позиция Великобритании в данном вопросе находится на несколько этапов впереди Российской Федерации. Для нашей страны сейчас самым важным является построение устойчивого производственного сектора, естественно, за счет передовых технологий (сначала заимствованных, а затем и собственных), для того чтобы рос не только сырьевой рынок экспорта, но и производственный сектор. Это может вызвать структурную безработицу из-за изменений в технологической структуре производства и одновременный спад фрикционной безработицы (появится большой выбор различных вакансий), параллельно с изменениями образовательных программ вузов.

Таблица 1. Требования, за которые начисляются баллы при оформлении визы [6]

Требования	Баллы
Знание английского (обязательно)	10
Приглашение на работу (менее строгие требования для высококвалифицированных специалистов)	20
Необходимый уровень квалификации для работы (обязательно)	20
При заработной плате от £20,480 до £23,039 (отдельных специальности)	0
При заработной плате от £23 040 до £25 599	10
При заработной плате от £25 600	20
При работе из списка дефицитных профессий	20
При наличии ученой степени у соискателя	10
При наличии ученой степени в области науки, техники, инженерии или математики	20

Минимальная заработная плата в Великобритании пересматривается каждый год 1 апреля и составляет 797-1675 £. Величина ЗП зависит от возраста (работник старше 25 лет в 2020 г. получает 8,72 - 11,29 фунт/час, с 21-24 года - 8,2 - 10,62 фунт/час, с 18-20 лет - 6,45 - 8,35 фунт/час, до 18 лет – 4,55 - 5,89 фунт/час, стажер – 4,15 фунт/час, для стажеров - 4,15 - 5,37 фунт/час) [7]. Наиболее высокооплачиваемые профессии в Великобритании – брокеры, топ-менеджеры пилоты, юристы и врачи [4]. Выше описанные стандарты выплат позволяют наемному рабочему более комфортно себя чувствовать на рынке труда, даже без опыта работы. Данный подход должен быть применен в РФ, но важно указать действительно

достойные ЗП, предоставляющие человеку право на достойную жизнь. С 1 января 2020 года величина МРОТ составляет 12 130 руб. в месяц — это 100 % величины прожиточного минимума за 2-й квартал 2019 года. Таким образом, по отношению к предыдущему размеру, установленному годом ранее (11 280 руб.), МРОТ увеличился на 7,5 %. Также есть предположения по размеру МРОТ на 2021 год, который будет составлять **12 392 руб.** Таким образом, можно видеть, что в Российской Федерации не принимается во внимание стаж, опыт, возраст работника, так как МРОТ устанавливается для всех одинаковым [8].

Налогообложение. На сегодняшний день в королевстве действует прогрессивная шкала подоходного налогообложения, представленная в таблице 2.

Таблица 2 . Ставка подоходного налогообложения, распределенная по доходу [5]

Годовой доход	Ставка налога
от 0 до 12500 £	0 %
от 12501 до 50 000 £	20 %
от 50 001 до 150 000 £	40 %
от 150 001 £	45 %

Также важным элементом системы налогообложения является регулирование суммарной ставки подоходного налога в случае высокой заработной платы. Если ЗП превышает 100 000 £, то не затрагиваемая налогом база уменьшается (на 1£ за каждые 2£ превышения). Ежегодно пороговые значения индексируются в зависимости конъюнктуры экономики страны [9]. Похожим образом осуществляется выплата страхового взноса, который выплачивается частично работодателем и из зарплаты сотрудника. Также работодатель помимо выплаты заработной платы платит 13,8% страховых взносов на каждый фунт свыше 8633 £.

Важно отметить, что в Британии рынок труда, законодательная база и другие нормативные акты направлены на уравнивание граждан по уровню благосостояния с помощью прогрессивной шкалы налогообложения и взносов. Если человек зарабатывает мало, то у него в итоге всех расчетов останется больше (в процентном соотношении), чем у человека с высокой заработной платой. В России наоборот, работники с низкой и высокой ЗП платят равное количество налогов и взносов (в процентном соотношении). В итоге эта оппортунистическую справедливость порождает социальная разобщенность, негодование, агрессию и т.д., ведущие к неблагоприятным последствиям. Данный подход необходимо менять, если мы хотим достичь благополучия, высокого среднего уровня жизни внутри страны, уменьшить эмиграцию населения и т.д.

Как в России, так и в Британии налог и взнос работодатель сам вычитает из зарплаты работника, а также ежемесячно предоставляет документ с итоговыми суммами, вычетами и остальными расчетами. Налоговый год в Великобритании не совпадает с календарным.

Существенным отличием в осуществлении выплат между Великобританией и Россией заключается в том, что российские работники платят 13% с зарплаты, а уже в свою очередь работодатель самостоятельно производит несколько взносов от ЗП работника: 22% на пенсионное страхование, на случай временной нетрудоспособности – 2,9%, на медицинское страхование – 5,1%, взносы на страхование от травматизма – 0,2%. Необходимо поменять политику объявления ЗП на рынке труда, т.е. указывать её без вычета налогов и взносов, чтобы человек стал понимать сколько, куда, зачем направляется из его заработной платы, и чему она действительно равна [3].

Заключение

Таким образом, перед Российской Федерацией стоят большие планы, требующие от неё свершений, решений и инновационных подходов в политическом управлении, организации подготовки для достижения уверенного контроля и эффективного стимулирования своей экономики, точек роста, цифровизации в производственной сфере, как основополагающего этапа на пути к достижению нового уровня жизни в нашей стране. Чтобы перейти на новый уровень развития с наименьшим числом ошибок, затраченного времени и ресурсов, следует опираться на опыт других стран: КНР, ФРГ, Великобритании и др. Говоря о заимствовании чужого опыта, прежде всего следует сказать об истоках, качестве нашего среднего (полного) общего образования. Важно наращивать качество наших преподавателей, стимулируя заинтересованность наиболее способных индивидов в данной профессии, что в свою очередь возможно за счет роста уровня ЗП и престижа профессии - преподаватель. Для того чтобы вернуть школе главенствующее и основополагающее право на образование детей, необходимо повысить уровень ЗП преподавателей, что даст им уверенность в том, что их качественная работа является неотъемлемым фундаментом успешного будущего России, возродит желание преподавателей отдавать «больше», чем ожидается, заинтересовывать детей в своем собственном развитии и др.

Важен взаимный интернациональный обмен знаниями, подходами в различных сферах, осуществление реэмиграции высокоэффективных зарубежных специалистов. Требуется наладить иммиграционную политику для прибывающих трудовых ресурсов, сделать процесс ассимиляции более прозрачным и дружелюбным, усовершенствовать систему налоговых сборов и взносов для работников и работодателей (сделать её справедливой, способной дать индивиду возможность развиваться в любой профессиональной сфере), сократить число несправедливо бедных пенсионеров, которые, отработав до пенсии, в итоге получают в среднем 14924 руб./мес., на которые невозможно жить в связи с нарастающими платежами, ценами, налогами и т.д.

Для увеличения ВВП РФ (ВРП отдельных регионов), необходимо увеличить производительность труда, которая в свою очередь зависит от численности трудоспособного населения (15 - 72 года в России) и качественного совершенствования производственного процесса, скорости предоставления услуг и др.

Для роста трудоспособного населения необходимо держать коэффициент рождаемости на уровне более 2-х. В 2020 году данный коэффициент равен 1,5, что способствует потенциальному сокращению численности населения, в том числе трудоспособного. Причина связана с демографическим переходом, ждущимся на смене роли женщины в обществе (приоритеты, образование, карьера, фертильный возраст и т.д.). Данную проблему можно решить с помощью иммигрантов из стран третьего мира, как, например, сделала Германия, так как не смогла самостоятельно выйти из демографической ямы. Но это не лучший способ, потому что сильно пострадает качество человеческого капитала. Наиболее благоприятный путь - лишить институт семьи сомнений и страхов, касающихся завтрашнего дня, путем наращивания социальных выплат, все возможной поддержки, чтобы семья осознавала не словом, а делом свою безопасность и значимость.

В качестве драйвера для второго может выступить цифровизация, которая должна положительно сказаться на текущей скорости, качестве, комфортности производства товаров и услуг.

Библиографический список

1. Портал Trading Economics, Великобритания - уровень занятости. // Trading Economics [Электронный ресурс]. – 2020 – Режим доступа: <https://ru.tradingeconomics.com/united-kingdom/employment-rate>. – Дата доступа: 28.11.2020.

2. Юген Франк, О немецком рынке труда. Тенденции и законы 2019 года. / Ю. Франк // Партнёр. – 2019. - №6 (261).
3. Алексей Каблучков, Какие налоги платит работодатель и как работнику вернуть часть из них. // Работа в Т-Ж, Journal@tinkoff.ru [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/guide/work-tax/>. – Дата доступа: 05.12.2020.
4. Елена Я., Востребованные профессии в Великобритании. // Портал Hochusvalit.com [Электронный ресурс]. – 2020 – Режим доступа: <https://hochusvalit.com/velikobritaniya/vostrebovannye-professii-v-velikobritanii>. – Дата доступа: 03.02.2020. – Дата доступа: 09.12.2020.
5. Портал «Zagranportal», Особенности налогообложения в Великобритании. // миграционный портал. [Электронный ресурс] - 2020 - Режим доступа: <https://zagranportal.ru/velikobritaniya/finansy-velikobritaniya/osobennosti-nalogooblozheniya-v-velikobritanii.html>. – Дата доступа: 10.12.2020.
6. Телеграфное агентство Советского Союза, Лучшие умы со всего мира. Как новые визовые правила изменят британский рынок труда. // Информационное агентство России «ТАСС» [Электронный ресурс] – 2020 - Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/7815477>. – Дата доступа: 15.12.2020.
7. Миграционный портал, Зарплаты и налоги в Великобритании. // Миграционный портал EMIGRATING.RU [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://emigrating.ru/zarplaty-i-nalogi-v-velikobritanii/>. – Дата доступа: 19.12.2020.
8. Марина Крицкая, МРОТ – 2021: изменения. // Журнал «Контур» [Электронный ресурс] – 2020 - Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/4948#2>. – Дата доступа: 23.12.2020.
9. Дмитрий Михайлович, Чем отличаются налоги в РФ и Великобритании. // Работа в Т-Ж, Journal@tinkoff.ru [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/taxes-uk-vs-ru/>. – Дата доступа: 29.12.2020.

УДК 338.001.36; ГРНТИ 06.61.33

АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЧЕТЫРЬМЯ СФЕРАМИ БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ СООТНОШЕНИЯ «ЦЕНА/КАЧЕСТВО» НА ТЕРРИТОРИИ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

С.В. Перфильев, Н.Р. Елманов

*Рязанский государственный радиотехнический университет
Рязань, perfilev.c.v@rsreu.ru, elmanov_nr@mail.ru*

Аннотация. В данной работе анализируются результаты влияния института конкуренции на показатели цены и качества. Степень удовлетворённости потребителей определяется на основе четырёх сфер деятельности по Рязанской области. Результат анализа рассматриваемых сфер выявил для трёх из них явную схожесть показателей удовлетворённости. Определено, что при текущем регулировании конкуренции находятся как довольные, так и неудовлетворённые потребители.

Ключевые слова: институт конкуренции, качество и цена, удовлетворённость потребителей, сфера деятельности

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION WITH FOUR BUSINESS SCOPES ON THE BASIS «PRICE/QUALITY» RATIO ON THE TERRITORY OF THE RYAZAN REGION

S.V. Perfilev, N.R. Elmanov

*Ryazan State Radio Engineering University
Ryazan, perfilev.c.v@rsreu.ru, elmanov_nr@mail.ru*

Abstract. This paper analyzes the results of the influence of the competition Institute on price and quality indicators. The degree of customer satisfaction is determined on the basis of four business scopes in the Ryazan region. The analysis result of the spheres under consideration revealed for three of them a clear similarity of satisfaction indicators. It is determined that under the current regulation of competition there are both satisfied and dissatisfied consumers.

Keywords: Institute of competition, quality and price, customer satisfaction, business scope

Введение

В данной работе поднимается проблема оценки результативности механизма конкуренции. Под результативностью понимается показатель удовлетворённости потребителей в получении и доступности услуг, представленный в работе в виде соотношения цены - качество. Предметными областями анализа являются региональный рынок услуг Рязанской области по перевозке пассажиров и багажа (такси), ремонту автотранспортных средств, медицинским услугам и дополнительному образованию детей. Исходными данными являются результаты опроса потребителей услуг.

Конкретизация механизмов анализа

Теоретически взаимозависимость между ценой и качеством продукции может быть выражена в виде, представленном на рисунке 1.

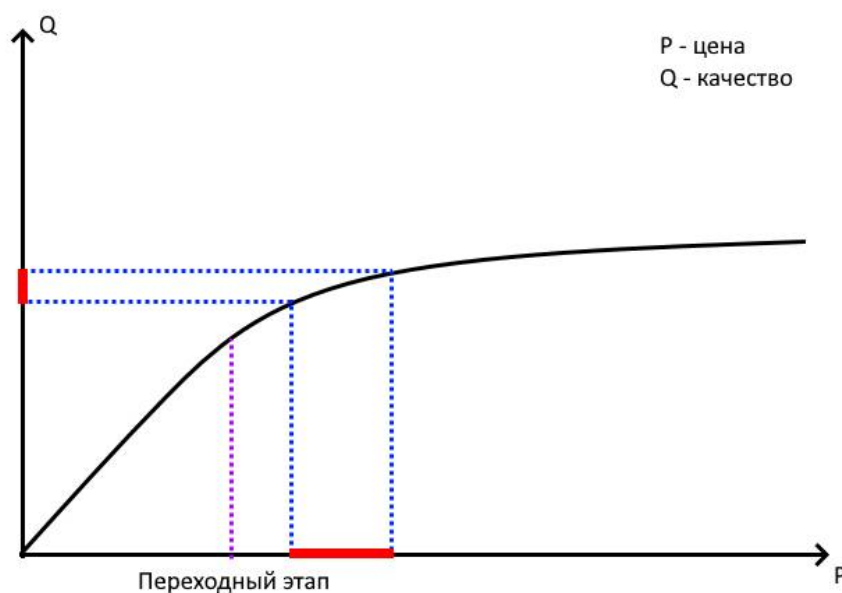


Рис. 1. Обобщённый график эволюционного развития

График разделён на две основные области: рост, плато. На первом организация (бизнес) только начинает свой путь, поэтому предлагает низкое качество по низкой цене. На данном этапе происходит основное развитие, при котором параллельно растёт цена и качество (нет существенных различий). При завершении первой фазы и переходе на вторую (плато) начинает прослеживаться определённая закономерность – разница между ценой и качеством становится существенной (красные линии на осях). Это объясняется тем, что компания достигла «потолка» в показателе качества, в то время как цена стимулируется **брендом и сервисом**. Только благодаря двум последним два товара идентичного качества могут кардинально отличаться по цене [1].

В данной работе фаза плато не рассматривается. Акцент делается на зону до переходного этапа, представленного в виде прямой (рис. 2).

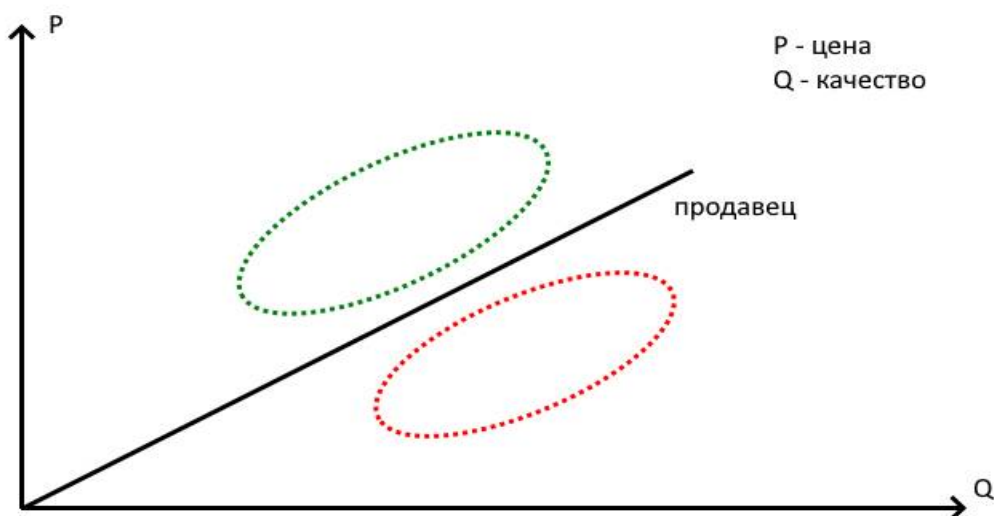


Рис. 2. График с линией предложения, позитивными и негативными потребительскими областями

На графике выделено две зоны зелёного и красного цвета. Данные области описывают потенциальные предпочтения потребителей:

- Зелёное пространство (над графиком) включает потребителей, готовых приобрести продукцию (услугу) с данным качеством и по установленной цене. Это потребители, удовлетворенные соотношением цена-качество;
- Красная область (под графиком) отображает поведение потребителей, не готовых купить товар (услугу) с данным качеством. Соответственно, это потребители, не удовлетворенные соотношением цена-качество.

Результат анализа опроса

Для детального рассмотрения будут взяты данные опроса потребителей услуг такси, услуг ремонта автотранспортных средств, медицинских услуг и услуг по дополнительному образованию детей. Опрос проводился в 2020 г. на территории Рязанской области во всех ее муниципальных образованиях. В опросе приняло участие 3010 человек [2]. Очевидно, что не все из числа опрошенных высказали чёткую позицию, т.е. некоторые затруднились ответить, или были равнодушны к предложенной теме. По сопоставлению общего числа опрошенных и числа тех, кого предложенная тема заставила проявить интерес, конкретно высказаться, можно определить наиболее и наименее интересующие темы (область) для населения.

В таблице 1 представлены соотношения показателей удовлетворённости ценой и качеством услугами такси. Явно высказали мнение (положительно или отрицательно) только 2010 человек.

Таблица 1. Соотношение цены и качества по удовлетворённости/неудовлетворённости потребителя (такси)

Цена	Качество	Область на графике	Количество человек
удовлетворяет	удовлетворяет	Над графиком	1179
удовлетворяет	не удовлетворяет	Под графиком	96
не удовлетворяет	не удовлетворяет	Под графиком	433
не удовлетворяет	удовлетворяет	Под графиком	302

Общее количество респондентов распределилось по областям графика следующим образом:

- Над графиком 1179 человек (зелёная область);
- Под графиком 831 человек (красная область).

В таблице 2 представлены соотношения показателей удовлетворённости ценой и качеством услуг по ремонту машин. Только 1661 опрошенных высказали конкретное (положительное/отрицательное) мнение по качеству и цене услуги.

Таблица 2. Соотношение цены и качества по удовлетворённости/неудовлетворённости потребителя (ремонт автотранспортных средств)

Цена	Качество	Область на графике	Количество человек
удовлетворяет	удовлетворяет	Над графиком	920
удовлетворяет	не удовлетворяет	Под графиком	226
не удовлетворяет	не удовлетворяет	Под графиком	436
не удовлетворяет	удовлетворяет	Под графиком	79

Общее количество респондентов распределилось по областям графика следующим образом:

- Над графиком 1146 человек (зелёная область);
- Под графиком 515 человек (красная область).

В таблице 3 представлены соотношения показателей удовлетворённости ценой и качеством услуг по предоставлению дополнительного образования для детей. Явно высказали своё мнение (положительно или отрицательно) 2122 человек, что больше, чем по предыдущим видам услуг.

Таблица 3. Соотношение цены и качества по удовлетворённости/неудовлетворённости потребителя (дополнительное детское образование)

Цена	Качество	Область на графике	Количество человек
удовлетворяет	удовлетворяет	Над графиком	1235
удовлетворяет	не удовлетворяет	Под графиком	280
не удовлетворяет	не удовлетворяет	Под графиком	527
не удовлетворяет	удовлетворяет	Под графиком	80

Общее количество респондентов распределилось по областям графика следующим образом:

- Над графиком 1515 человек (зелёная область);
- Под графиком 607 человек (красная область).

В таблице 4 представлены соотношения показателей удовлетворённости ценой и качеством медицинских услуг. Явную удовлетворённость/неудовлетворённость проявили максимальное количество человек (2488) по сравнению с выше представленными услугами.

Таблица 4. Соотношение цены и качества по удовлетворённости/неудовлетворённости потребителя (медицинские услуги)

Цена	Качество	Область на графике	Количество человек
удовлетворяет	удовлетворяет	Над графиком	763
удовлетворяет	не удовлетворяет	Под графиком	285
не удовлетворяет	не удовлетворяет	Под графиком	1356
не удовлетворяет	удовлетворяет	Под графиком	84

Общее количество респондентов распределилось по областям графика следующим образом:

- Над графиком 1048 человек (зелёная область);
- Под графиком 1440 человек (красная область).

Следует заметить, что рассматриваемый вид услуг – единственный, у которого степень потребительской неудовлетворённости явно превышает степень удовлетворённости.

Анализ и соотношение цифровых показателей

По выше приведённым данным можно заметить определённую схожесть в количестве удовлетворённых и неудовлетворённых по трём выбранным сферам (рис. 3-5).



Рис. 3. График удовлетворённости услугами такси

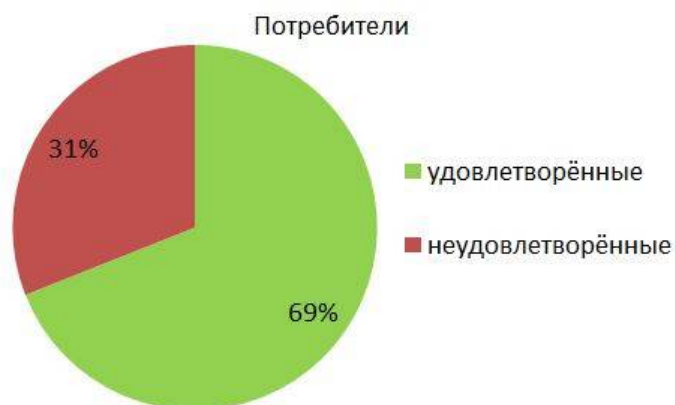


Рис. 4. График удовлетворённости ремонтом автотранспорта



Рис. 5. График удовлетворённости дополнительным образованием детей

На графиках явно прослеживается определённая закономерность, а именно количество неудовлетворённых относится к количеству удовлетворённых как один к трём (1/3) с наличием безусловной погрешности.

Однако данная тенденция не прослеживается для рынка медицинских услуг (рис. 6).

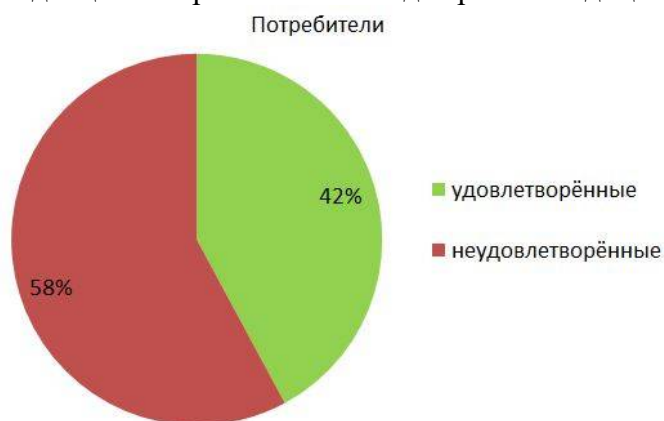


Рис. 6. График удовлетворённости медицинскими услугами

Представленный график иллюстрирует не только разобщённость с другими сферами (такси, ремонт авто и т.д.), но очевидный перевес со стороны неудовлетворённых потребителей. Возможно, существует одна или несколько причин этого явления:

- Предвзятое отношение граждан (инвалидов, пенсионеров и других) ввиду явного их отстранения от качественного медицинского обслуживания;
- Сложность создания корректной инфраструктуры из-за высокой стоимости качественного медицинского оборудования для частного предприятия и государственной медицины;
- Скептическое отношение граждан к альтернативе государственным медицинским учреждениям (поликлиники, больницы);

Вывод

Если не рассматривать крайние точки полного удовлетворения или его отсутствия, то из выше представленного анализа видно, что в рассматриваемых отраслях (услуги такси, ремонт автотранспорта, услуги дополнительного детского образования) существуют частные компании, которые предоставляют услугу с хорошим или даже отличным качеством, но по высокой цене, которую не каждый осилит, а есть так называемые «низкосортные» предпри-

ятия, специализирующиеся на бедных слоях населения, предоставляя плохую по качеству услугу, но по приемлемой цене. Можно предположить, что данный вывод подходит и для других, нерассмотренных отраслей, где наличествует конкуренция.

Отличие показателей удовлетворённости медицинских услуг от величин остальных сфер свидетельствует об особенностях первой. Основной, но не единственной причиной проблемы является несогласие населения с результатом синтеза дряхлости государственных медицинских учреждений (как оборудования, так и инфраструктуры) и рыночной экономики, то есть с образованием частных медицинских организаций. Так как в результате основная масса населения лишается качественного и чаще всего необходимого медицинского обслуживания, что увеличивает классовый разрыв и увеличивает напряжённость в стране.

Библиографический список

1. Соотношение цена-качество (YouTube)
2. Опрос населения Рязанской области за 2020 год.

СЕКЦИЯ «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ»

УДК 324; ГРНТИ 11.15.25.

ПОЛИТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИЗБИРАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

А.С. Гаврикова

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина
Российская Федерация, Рязань, an.gawrikova@yandex.ru*

Аннотация. В данной статье рассмотрена сущность политического управления, как механизма, который обеспечивает достижение поставленных целей. Анализируется опыт использования политических технологий как инструмента политического управления в странах с устойчивыми демократическими традициями. Использование политических технологий в избирательной борьбе имеет давнюю мировую практику. Избирательный процесс представляет собой деятельность, основанную на конкуренции, в которой всегда присутствует острое соперничество.

Ключевые слова: демократия, избирательный процесс, политическая, партия, политические технологии, политическое управление, электорат.

POLITICAL MANAGEMENT AND EXPERIENCE IN USING POLITICAL TECHNOLOGIES IN THE ELECTORAL PROCESS

A.S. Gavrikova

*Ryazan, Ryazan state University S. A. Yesenin
Russian Federation, Ryazan, an.gawrikova@yandex.ru*

Abstract. This article examines the essence of political management as a mechanism that ensures the achievement of goals. The article analyzes the experience of using political technologies as a tool of political management in countries with stable democratic traditions. The use of political technologies in the election campaign has a long-standing international practice. The electoral process is an activity based on competition, in which there is always a sharp rivalry.

Keywords: democracy, electoral process, political, party, political technologies, political management, electorate.

Введение

Политическое управление в настоящее время понимается широким и узким смысле. В узком понимании – это использование субъектами политики своих властных возможностей, воздействие в политической сфере со стороны субъектов. В широком понимании – это использование субъектами политики определенных способов и методов борьбы, а также различных приемов и форм для оказания влияния и воздействия на широкие общественные круги и сферы. Эти специфические методы и приемы достижения субъектами политики своей цели называются политическими технологиями. Политическое управление - это непрерывный и целенаправленный процесс воздействия субъекта на объект, это политико-властный процесс. Его суть заключается в достижении конкретных политических целей. Политические технологии – это способы их достижения.

Структурно политическое управление состоит из следующих элементов:

- субъект политического управления, который оказывает влияние на объект, реализуя свои интересы. К примеру: политический институт, политическая организация, политический лидер, политическая элита;
- объект политического управления, на который направлено управленческое воздействие. Это - политический институт, политическая организация, политический лидер, политическая элита;

- каналы управления (политические коммуникации) - направления взаимного воздействия субъекта и объекта в системе управления (прямая и обратная связь). В том числе через них поступает информация из внешней среды;

- средства управления, т.е. политические технологии. Как было указано выше, это методы и процедуры, которые обеспечивают передачу и восприятие управленческого воздействия на основе обмена информацией как внутри политической системы, так и за ее пределами [3, с.29].

Следует отметить, что субъект и объект в политическом управлении взаимозаменяемы, в том смысле, что один и тот же институт или социальная группа могут быть одновременно и субъектом и объектом управления, а также могут меняться местами.

Исследователь Ю.В. Костенко рассматривает политическое управление как сферу перехода политики и управления и обратно. Это область корректировки проводимой политики и принятых управленческих решений под действием конкретных обстоятельств и условий их реализации, включая диалог с обществом: учет позиций заинтересованных политических и социальных сил, вовлеченных в этот процесс [3, с. 28]. Здесь политическое управление предстает как сфера взаимоперехода политики и управления, ее область корректировки. Хотя реализация политики не может обойтись без управления, а корректировка исполнения всегда входит в процесс реализации конкретного политического решения.

Исследователь О.Ф. Шабров рассматривает политическое управление как процесс сознательного стремления политического субъекта оказывать воздействие на политические процессы с использованием специальных политических методов и явления в нужном для себя направлении» [8, с. 80].

В настоящее время в демократическом государстве нельзя принудить население участвовать в политике, поэтому имеется запрос на специфические методы воздействия на объект управления. А именно, на мотивационную структуру личности. Ни один кандидат или партия не может принять указ, который бы предписывал нужную модель поведения электората, а также исключено применение санкций и силового давления. Поэтому единственно возможным содержанием политического управления становится использование политических технологий, получение расположения общественности через завоевание предпочтений и настроений.

Политические технологии следует рассматривать как инструмент, с помощью которого субъект политического управления оказывает воздействие на сознание объекта. С этой позиции нами выделяется три основных типа технологий:

- политические технологии мобилизационного типа;
- политические технологии маркетингового типа;
- политические технологии манипуляционного типа.

Данные типы политических технологий имеют общую цель - воздействие на волю объекта, так как любые психологические процессы в человеческом сознании завершаются волевой деятельностью, и деяние, и акт поведения, выступает как форма проявления активности человека, его воли. Воля человека есть сознательная организация и саморегуляция человеком своей деятельности и своего поведения, направленная на преодоление трудностей при достижении поставленных целей.

Исследователь Д. В. Чухвичев отмечает, что схематически процесс формирования воли можно представить в виде трех ступеней [7, 97].

Первая ступень включает в себя появление у человека влечения, т.е. еще недифференцированной, недостаточно отчетливо осознанной потребности в чем-либо. На этой ступени стремления человека еще мало оформились, а цель сформулирована нечетко.

Вторая ступень формирования воли человека - появление желания. Этот этап характеризуется уже достаточной осознанностью имеющихся потребностей.

На третьем этапе у человека возникает намерение - желание, обусловленное волевым характером. Цель человека определена, способ ее достижения известен. Формирование воли завершено, и человек приступает к достижению цели - решение переходит в действие.

Использование политических технологий в избирательной борьбе имеет давнюю мировую практику. Они прочно зарекомендовали себя в странах с устойчивыми демократическими традициями – в таких как Великобритания и США.

Опыт использования политических технологий в политическом управлении и избирательном процессе уходит в историческое прошлое. В XIX столетии борьба за власть между английскими партиями – тори и виги привела к появлению свободного выражения политических смыслов через печатные издания. Статьи в журналах представляли собой не только агитационные материалы в поддержку той или иной политической силы, но и превратили печатные СМИ в мощную и влиятельную четвертую власть. В 30-е гг. XIX века в Великобритании развернулась настоящая газетная и журнальная атака, так называемая - «война памфлетов». Главным печатным либеральным органом стал «Edinburgh Review». Консерваторы печатались в журнале – «Quarterly Review».

Российский журнал «Вестник Европы» на своих страницах подчеркивал, что рупором британских прав и свобод XIX века, стала печать. Она влияла на формирование общественного мнения, осуществляла критику правительства и помогала разбираться населению в предвыборных платформах соревнующихся партий. «Благодаря газетам, благодаря свободному слову, английское общество во всех его словах, имеет возможность следить за каждым правительственным действием, может контролировать его и возбуждать вопросы о необходимых реформах, о необходимых усовершенствованиях, как в политической, так и в социальной жизни народа» [1, с. 47]. Острые публикации не только знакомили население с программными установками партий, но и оказывали серьезное воздействие на формирование гражданского самосознания, прививали интерес к политической жизни.

В политической борьбе английские партии XIX века активно привлекали население, которое в большей массе своей имело избирательные права. В Великобритании стали использоваться такие политические технологии как митинги и собрания. Они не только помогали в предвыборной борьбе, но и давали обратную связь правительству о волнующих вопросах и нуждах общественности. Свобода собраний, митингов, слова, обращения к королю и парламенту с петициями превратились в эффективные и частые приемы, которые использовались партиями для политического воздействия. Усилилась роль института выборов. Он отражал не только настроения тех, кто в них участвовал, но и оказывал влияние на расстановку сил в парламенте. Важно отметить, что были введены регистрация избирателей и уплата регистрационного сбора, значительно был сокращен срок голосования с 2 недель до 2 дней [1, с. 48].

Также, следует отметить, что партии виги и тори в борьбе за голоса избирателей пошли по пути организационного оформления и создания политических клубов. Это были аналоги современных избирательных штабов. В 1832 г. был создан центральный штаб – консервативной партии (тори) - «Карлтон»-клуб, особенностью которого стало фиксированное членство. В его задачи входило решать текущие проблемы, заниматься поиском профессиональных работников, руководить системой партийных организаций на местах. Численность консервативных региональных ассоциаций в период 1834-1836 гг. значительно выросла. Интеллектуальным и формальным лидером консерваторов был Р. Пиль, который в 1834 г. озвучил Тамвортский манифест.

Манифест оказал важное положительное влияние на формирование позитивного имиджа партии, разъяснял выбранные политические принципы в борьбе с конкурентами, а также нацеливал на реальную политическую борьбу и приход к власти. Вслед за консерваторами организационно оформились либералы. Их общественно-политическим центром в 1836 году стал клуб «Риформ» [5, с. 68]. В нем проходили важные встречи лидеров партии с ря-

довыми членами, проходили дискуссии и вырабатывались цели и планы на будущее. Клубы либеральной и консервативной партий занимались также сбором средств для проведения избирательных кампаний своих кандидатов, отслеживали успехи конкурентов, собирали необходимую информацию о популярности кандидатов. «Риформ» и «Карлтон» клубы влияли на формирование общественного мнения, использовали политические технологии в борьбе за депутатские мандаты. Следует отметить, что все участники клубов платили членские взносы в постоянные фонды. Они становились важными объединяющими органами для партий, вырабатывали для них и всех региональных ассоциаций единый политический курс. Очевидно, что английские партии в XIX столетии сумели выйти на высокий профессиональный уровень в политической жизни [5, с. 70].

Использование политических технологий в США также имеет свою историю. В XIX веке в Соединенных Штатах активно использовалась политическая реклама в предвыборной борьбе. Население активно агитировали. В агитации использовались брошюры, листовки, плакаты, проводились такие общественные мероприятия как парады и митинги. Использовалась повсеместно соответствующая атрибутика – флаги, песни. Политическая радио-реклама впервые прозвучала в США в 1901 году. С 1920-х гг. радиовыступления стали практиковаться постоянно.

Особенно преуспел в использовании радио для политических целей Т. Рузвельт. Его выступления всегда были подготовлены и доверительны. Он озвучивал непростые экономические проблемы США, успокаивая население своим тембром. Речь Т. Рузвельта была всегда медленна и непринужденна. Теплота в голосе позволяла ему вступать в доверие со слушателем и потенциальным избирателем. Он выступал перед публикой ярко, красноречиво, но так как будто перед ним собрались ближайшие друзья [2, с. 100].

В своем современном виде избирательные технологии стали использоваться в США в 1930-е годы. На этом временном рубеже журналист К. Уайтекер и рекламный агент Л. Бакстер создали первую в истории специализированную службу по проведению избирательных кампаний – «Кампейн инкорпорейтед» и адаптировали технологии проведения военных праздников, религиозных факельных шествий и т.п. к избирательному процессу. В 1936 году служба Дж. Гэллага впервые осуществила широкомасштабное изучение общественного мнения и уверенно предсказала повторное избрание президента Ф. Рузвельта [3, с. 44].

Активное развитие политических технологий в США и Европе началось после Второй Мировой войны. Они демонстрировали свою эффективность и развивались быстрыми темпами. В 1952 г. генерал Эйзенхауэр в период своей президентской избирательной кампании впервые использовал короткие рекламные заставки на телевидении. Его командой была создана целая система рекламных роликов, которая называлась «Ответы Эйзенхауэра Америке». Ролики демонстрировали как Эйзенхауэр отвечает на вопросы простых американцев. Вопросы и ответы на них были заранее подготовлены и продуманы. Итогом стала победа Эйзенхауэра на выборах. Он выиграл у своего оппонента и одержал победу на выборах [4, с. 89]. Его соперник Э. Стивенсон, напротив, пренебрег возможностями телевизионных коммуникаций и остался в проигрыше. Успех Эйзенхауэра представлял собой первый удачный опыт подобной политической рекламы на Западе.

Итак, политическая реклама это эффективная политическая технология. Она представляет собой убеждение целевых групп в достоинствах политического продукта и побуждение их к выбору кандидата, политической идеи и т.п. с использованием различных каналов коммуникации (телевидение, радио пресса, почтовую рассылка, интернет) и существующих в рамках этих каналов рекламных обращений (роликов, фильмов, рекламных публикаций, печатной продукции, средств наружной рекламы и т.д.). Выделяют прямую и косвенную политическую рекламу, а также контррекламу.

Прямая политическая реклама предполагает знание потребителя о том, что источником рекламной информации является кандидат и (или) его сторонники. Обычно для прямой

рекламы используются официальные эфиры на телевидении и в интернет пространстве, а также печатные площади. Косвенная реклама строится таким образом, чтобы источник информации внешне выглядел нейтральным, независимым от кандидата. Но и прямая и косвенная реклама направлены должны на формирование положительного образа кандидата. Рекламные сообщения не затрагивают глубинных основ человеческого сознания и взаимодействуют в основном с эмоциями и текущими поведенческими установками людей. Рекламные тексты не создают, а направляют уже сложившиеся установки.

Контрреклама, напротив, направлена на дискредитацию оппонентов. В контррекламе используются достоверные сведения об оппонентах и материалы, публикуемые ими (заявления, обращения, призывы, обещания, предвыборная программа), в выгодном для кандидата свете. Контрреклама также может быть и прямой, и косвенной.

Для косвенной политической рекламы в США характерно создание информационных поводов - событий, связанных с кандидатом и представляющих интерес для СМИ, а также заказных сюжетов в СМИ. Как правило, в качестве информационного повода выступает деятельность кандидата по разработке, принятию и обнародованию своей программы. Причем в этом случае речь идет не о содержании программы, а об обсуждении ее презентации, утверждению и т.д. Содержательная же часть должна доводиться до граждан на уровне лозунгов, тогда она станет понятнее и запоминающееся. Эффективным информационным поводом является также выступление в поддержку кандидата известных авторитетных деятелей - не обязательно политиков. Яркий пример, это поддержка, оказанная известным американским политиком З. Бжезинским кандидата в президенты от демократической партии Б.Обамы летом 2007 г. Бжезинский заявил, что Обама – это единственный кандидат, выступающий за радикальную смену внешнеполитического курса США; соответственно рейтинг Обамы сразу вырос.

Выводы

Таким образом, в широком понимании политическое управление – это использование субъектами политики определенных способов и методов борьбы, а также различных приемов и форм для оказания влияния и воздействия на широкие общественные круги и сферы. Эти специфические методы и приемы достижения субъектами политики своей цели называются политическими технологиями. Избирательный процесс, по своей сути, это конкурентная деятельность, в ходе которой всегда имеется острое соперничество. Участники, используя политические технологии, борются за право обладать престижными позициями в политической иерархии, используют различные приемы и способы влияния на массы. В мировую политическую практику политические технологии вошли достаточно давно. Наиболее активная практика их применения приходится на страны с устойчивыми демократическими ценностями – Великобритания и США. Борьба за власть между английскими партиями привела к появлению свободного выражения политических смыслов через печатные издания, митинги и собрания. В борьбе за голоса избирателей либералы и консерваторы пошли по пути организационного оформления и создания политических клубов – избирательных штабов, что способствовало выходу английских партий на высокий профессиональный уровень политической жизни. В США также политические технологии развивались быстрыми темпами. Пик скорости пришелся на начало и середину XX столетия. В избирательной борьбе кандидаты отдавали предпочтение политической рекламе на радио и телевидении. В качестве предвыборных технологий использовались также брошюры, листовки, плакаты, общественные мероприятия как парады и митинги.

Библиографический список

1. Boriskin V. V. Russia and great Britain: problems of mutual perception in the political and historical context // Central Russian Bulletin of social Sciences. 2008. No. 3 (8). Pp. 48-60.
2. Grinberg T. E. Political technologies: PR and advertising.. M.: Aspect Press, 2005.
3. Zimina V. D., Borisov N. A. Political management: textbook. M.: RSUH, 2008.
4. Malkin E., Suchkov E. Fundamentals of electoral technologies, Moscow: Russian panorama, 2000, 398 p.
5. Lisowski, F. S., Evstafiev, V. A. Election technologies: history, theory and practice. - Moscow: RAU University, 2000.
6. Udalova T. V. Russian journalism of the late 50's-early 60-ies of XIX century on the socio-political and economic development of England: dis. kand. ist. Sciences/ T. V. Udalova. - Saratov, 2009. - 243 p.
7. Chukhvicev D. V. Persuasion as a form of state support for the rule of law // Jurisprudence. 2017. No. 2. Pp. 94-99.
8. Shabrov O. F. Political management: the problem of stability and development. Moscow: INTELLECT, 2009.

УДК 656.091, ГРНТИ 78.15

КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ВОДИТЕЛЕЙ, КАК ОСНОВА БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ

А.И. Горностаев*, К.А. Шевченко*, Е.А. Качармина**

**Рязанское гвардейское высшее воздушно-десантное командное училище
имени генерала армии В.Ф. Маргелова, rrvdku@mail.ru*

***Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, kea.568@mail.ru*

Аннотация. Авторы ставят своей целью проанализировать существующие системы оценки подготовки водителя. Рассматривается проблема отсутствия единого и качественного подхода к оценке подготовки кандидата в водители (водителя). Предложено совершенствование системы контроля качества подготовки водителей на основе критериальной оценки умения водителя выбирать правильные эксплуатационные режимы с введением постоянного мониторинга совершенствования навыков.

Ключевые слова: система подготовки водителя, система оценки, освоение автомобиля, режимы движения.

QUALITY OF DRIVER TRAINING, AS A BASIS FOR ROAD SAFETY

A.I. Gornostaev*, K.A. Shevchenko*, E.A. Kacharmina**

**Ryazan Guard Higher Airborne Command Academy named after
Army General V.F. Margelov, rrvdku@mail.ru*

***Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, kea.568@mail.ru*

The summary. The authors aim to analyze the existing systems for evaluating driver training. The problem of the lack of a unified and qualitative approach to the assessment of the professional training of a candidate for driver (driver) is considered. The improvement of the quality control system of the driver training is proposed based on the criteria-based assessment of the drivers ability to choose the correct operating modes with the introduction of continuous monitoring of skills improvement/

Keywords: driver training system, rating system, the development of the car, modes of motion

Актуальность обуславливается тем, что с увеличением количества автомобилей изменяются и требования к водительскому составу. Одно из основных – это высокий уровень водительской подготовки и освоения автомобиля. Вызвано это тем, что автомобильная техника постоянно совершенствуется и усложняется, возрастают её динамические характеристики, существующие дорожные сети постоянно реконструируются, в связи с чем увеличивается их пропускная способность и средняя скорость на протяжении больших участков дороги, рабочее место водителя дополняется новыми КИП, индикаторами, применяются приборы для навигации и связи. Все эти новшества требуют от водителей большего не только повышенного

внимания и концентрации, но и правильного выбора соответствующих режимов управления автомобилем, а у начинающих водителей имеются только базовые навыки вождения, в связи с этим потенциал современных автомобилей не раскрывается полностью.

В Российской Федерации система оценки подготовки водителей (кандидатов в водители) установлена Административным регламентом, утвержденным приказом МВД РФ 995 от 2015 г. [3] теоретический экзамен по знанию устройства автомобиля и положений ПДД РФ оценивается по следующей системе: положительная оценка - "СДАЛ", отрицательная - "НЕ СДАЛ" (пункт 95 регламента), экзамены по первоначальным навыкам управления транспортным средством (на автодроме) (пункт 113 регламента), а также по управлению транспортным средством в условиях дорожного движения - оцениваются аналогично, то есть оценка, выставляемая преподавателем, инструктором сводится к субъективному анализу действий водителя.

Данная система также подвергается всеобщей критике. В связи с этим с 1 апреля 2021 года вступают в силу отдельные положения постановления Правительства РФ 2019 г. № 1734 [1], предусматривающие внесение изменений в некоторые акты Правительства РФ по вопросу допуска граждан к управлению транспортными средствами.

В ДОСААФ России система оценки аналогична: согласно пункта 39 «Инструкции...», утвержденной приказом Министра обороны РФ 2001 г. N 202 [2], знания и навыки обучаемых по каждому предмету обучения оцениваются по пятибалльной системе, за практические действия и устные ответы.

Однако изучение влияния выбора режимов движения и влияния этих режимов на надежность и исправность узлов и агрегатов остаются на втором плане или даже неизученными. При этом не учитывается, что выбранные режимы движения зачастую не только определяют надежность автомобиля, но и могут быть причинами различных аварийных ситуаций, вследствие которых выходит из строя автомобиль, возникают дополнительные нагрузки, вызванные инерционными силами, возникающими вследствие неправильного выбора режимов движения, резких маневров и т.д., а также допускаются случаи нарушения правил дорожного движения, которые могут быть причинами совершения дорожно-транспортных происшествий.

Все вышесказанное приводит к тому, что после прохождения обучения в профессиональных образовательных учреждениях ДОСААФ России на автомобилях ВС РФ, получив водительские удостоверения, по прибытию в воинские части водители не имеют достаточных навыков для выполнения поставленных задач, так как к их подготовленности предъявляются большие требования:

- управление автомобилем в составе воинской колонны;
- вождение в условиях недостаточной видимости с применением устройств ночного видения;
- вождение по грунтовым дорогам, колонным путям.

В настоящее время в Вооруженных силах Российской Федерации порядка 80 процентов вооружения военной и специальной техники базируется на автомобильном шасси. Умение управлять автомобилем является субъективной причиной при определении качества выполнения возложенных задач. Усовершенствование автопарка и комплектование новейшими образцами вооружения и техники также требуют повышения квалификации водительского состава Вооруженных сил РФ.

Подготовка военного водителя складывается из нескольких этапов. Первичная подготовка водителей аналогична подготовке в государственных автомобильных школах, на курсах вождения при учебных заведениях, а также частных школах, и проводится в Автошколах ДОСААФ России. В ходе данной подготовки формируются первичные навыки, на основании чего по окончании обучения выдается водительское удостоверение. При прибытии в Вооруженные силы РФ водители, имеющие удостоверение на право управления транспортными средствами соответствующей категории, но не прошедшие доподготовку в образовательных

учреждениях ДОСААФ России, проходят её в соответствии с приказом НГАБТУ от 2012 г. № 282 [4]. Доподготовка включает в себя дополнительные упражнения и элементы, которые учитывают особенности эксплуатации автомобильной техники в боевых условиях.

По итогам прохождения доподготовки в подразделение должен прибыть водитель, который способен выполнять все возложенные на него задачи, но, зачастую, данная система подготовки и контроля знаний водителя не эффективна.

По мнению С.В. Горбачева и К.В. Глембы, доля ДТП по фактору ошибки водителя достигает внушительной цифры 60...70 %, а в ряде стран – 75...85 %, тем самым формируя слабоиспользуемый резерв повышения безопасности движения на дорогах. Специалисты утверждают, что 30 % ДТП происходит по вине малоопытных водителей – со стажем управления менее трех лет. Причиной такого положения дел являются слабая подготовка в автошколах, неудовлетворительные учебные программы, ограниченная практика и т.п. [7].

В своей статье «Оценка мастерства водителя автомобиля как элемент безопасности транспортных систем» А.П. Караченцев и В.Г. Доронкин также обращают внимание на то, что до настоящего времени вопрос объективной оценки уровня профессионального мастерства водителя автомобиля не решен полностью и как прежде при подготовке и повышении квалификации водителей, при проверке их органами ГИБДД, уровень мастерства вождения оценивается субъективно, поэтому вопрос о методах и средствах объективной оценки уровня профессионального мастерства водителя автомобиля остается актуальным [9].

По мнению директора института безопасности дорожного движения СПбГАСУ профессора С.А. Евтюкова, в существующих системах подготовки водителей не определено само понятие «качества подготовки водителя», что ограничивает возможность формирования критериев к уровню его подготовки определяющих способность водителя к безопасному вождению [8].

По нашему мнению наиболее важными элементами при оценке подготовки являются четко определенные критерии оценки обучаемых, которые в настоящее время отсутствуют:

- во-первых, при подготовке водителя его знания и умения оцениваются по системе изложенной в соответствии с приложением № 3 приказа НГАБТУ от 2012 г. № 282: «Содержание упражнений, методические указания, условия и оценка выполнения изложены в курсе вождения автомобилей и гусеничных транспортеров-тягачей» [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**] (в соответствии п. 57. главы VI. «Оценка вождения» (КВ-2019) «...индивидуальная оценка военнослужащему по вождению при проверках (инспектировании) выставляется за выполнение зачетного упражнения по трем показателям: за технику вождения, за норматив по скорости движения и за выполнение норматива по технической подготовке по пятибальной системе...» [5], но в данной ситуации оценка субъективна, по причине того, что водитель (кандидат в водители) оцениваются человеком, знания и водительские навыки которого не всегда высоки;

- во-вторых, предлагаемые обучаемому контрольные упражнения не охватывают всех дорожных ситуаций, возникающих в процессе вождения.

- в-третьих, не акцентируется внимание обучаемых на тех элементах, которые наиболее значимы для обеспечения безопасного и безаварийного вождения, как в одиночном порядке, так и в составе колонны автомобилей.

Основные элементы, которые влияют на оценку обучаемого – это время прохождения и отсутствие контакта с габаритными элементами трассы на автодроме, при этом абсолютно не учитываются элементы способности по грамотному выбору режима движения, наиболее подходящего для данной дорожной ситуации.

Пути улучшения сложившейся ситуации при сохранении существующих критериев по оценке знаний водителей (кандидатов в водители) могут являться элементы теоретической подготовки, которые оказывают влияние на безопасность и надежность при выборе режимов движения: водителем не допускаются заносы автомобиля, опрокидывания, кроме это-

го, у обучаемого вырабатывается навык подавления интуитивного торможения в ситуациях, когда необходимо совершить маневр уклонения от столкновения [6]. Система контроля должна быть объективно-критериальной и исключить субъективный подход к оценке обучаемого и обеспечить четкий показатель уровня подготовленности водителя.

В ходе практической подготовки при формировании навыков, которые появляются при вождении, необходимо акцентировать внимание на правильном выборе режимов движения не только на этапе первичного обучения (повышения квалификации), но и ходе дальнейшего освоения водительского мастерства.

В данной статье предлагаются отдельные улучшения существующей системы подготовки, включающие в себя описание именно тех режимов движения, которые влияют на безаварийность и надежность управления автомобилем.

Наряду с существующими параметрами, используемыми для контроля за движением автомобиля, с целью создания системы наиболее полного контроля за вождением могут учитываться:

- тангаж передней части автомобиля при разгонах и торможениях;
- крены (значения центростремительного ускорения) при маневрировании и преодолении неровностей;
- случаи блокировки колес при торможении (срабатывания системы ABS и торможение юзом);
- температура ОЖ двигателя;
- расход топлива (мгновенный, повышенный или пониженный).

По мнению авторов, с целью повышения эффективности подготовки водителя (кандидата в водители) необходимо:

- на этапе теоретической подготовки – внести теоретические знания о влиянии эксплуатационных режимов на надежность и безопасность движения автомобиля;
- в ходе практической подготовки – осуществлять перманентный контроль за комплексом параметров, характеризующих режимы движения автомобиля, с последующей коррекцией обучаемого (контролируемого).
- на этапе контроля совершенствовать систему контроля качества подготовки водителей на основе критериальной оценки умения водителя выбирать правильные эксплуатационные режимы автомобиля в различных (или хотя бы в типовых) ситуациях.
- в ходе самостоятельного управления автомобилем ввести систему постоянного мониторинга совершенствования навыков водителя с присвоением соответствующих квалификационных степеней, имеющих стимулирующий характер (премирование сотрудников, введение в локальные нормативные акты организаций законодательных механизмов по присвоению водителям классности на предприятиях и т.д.).

Библиографический список

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 20.12.2019 г. № 1734 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам допуска граждан к управлению транспортными средствами» – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341003/
2. Приказ Министра обороны РФ от 3.05.2001 г. N 202 "Об утверждении Инструкции о подготовке граждан Российской Федерации по военно-учетным специальностям солдат, матросов, сержантов и старшин в общественных объединениях и образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования" (с изменениями и дополнениями) – Режим доступа: <http://base.garant.ru/183553/>
3. Приказ МВД России от 20.10.2015 г. № 995 «Об утверждении Административного регламента Министерства внутренних дел Российской Федерации по предоставлению государственной услуги по проведению экзаменов на право управления транспортными средствами и выдаче водительских удостоверений» – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19687/
4. Приказ начальника Главного автобронетанкового управления Министерства обороны Российской Федерации от 30.11.2012 г. № 282 «Об утверждении программ подготовки, доподготовки водителей (механиков-водителей), программы подготовки техников-начальников контрольно-технических пунктов и методики по

проверке и оценке профессиональной пригодности водителей категории «С» поступающих на военную службу в Вооруженные силы Российской Федерации после обучения в образовательных учреждениях ДОСААФ России».

5. Курс вождения автомобильной техники Вооруженных сил Российской Федерации (КВ-2019)(Утвержден приказом Министра обороны Российской Федерации от 29.11.2019 г. №710)

6. Бакей Д.К. Профессиональная надежность водителя/ Бакей Д.К/ сборник научных трудов кафедры «Организация перевозок и управления на транспорте» Сибирского государственного автомобильно-дорожного университета (СибАДИ) /– 2017, с.37-45.

7. Горбачев С.В., Глемба К.В. Влияние на безопасность движения уровня формализации информационного потока в эргатических системах/ Вестник Оренбургского государственного университета/ Горбачев С.В., Глемба К.В.// – № 10 (129), 2011. с. 89-92.

8. Евтюков С.А. О целях и содержании концепции совершенствования российской системы профессиональной подготовки водителей транспортных средств/ Безопасность дорожного движения (ИБДД) СПбГАСУ/ Евтюков С.А. //М.: Научно-исследовательский центр проблем безопасности дорожного движения МВД РФ - 2013 г. № 13 – с.32-37.

9. Караченцев А.П., Доронкин В.Г. Оценка мастерства водителя автомобиля как элемент безопасности транспортных систем/ Вектор науки Тольяттинского государственного университета/ Караченцев А.П., Доронкин В.Г.// – № 2 (24), 2013, с.153-155.

УДК 336.143.2; ГРНТИ 06.73.15

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ БЮДЖЕТНОЙ РЕФОРМЫ В РФ

А.А. Теплухина

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, tepluhinan01@gmail.com*

Аннотация. В работе рассматриваются основные предпосылки к проведению бюджетной реформы в РФ, проводится сравнительный анализ целей и ожидаемых результатов реформы с итогами, полученными на практике.

Ключевые слова: бюджетная реформа, направления бюджетной реформы, процесс реализации бюджетной реформы, результаты реализации бюджетной реформы в РФ.

ANALYSIS OF THE RESULTS OF THE BUDGET REFORM IN THE RUSSIAN FEDERATION

А.А. Teplukhina

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin, Ryazan,
Russian Federation, tepluhinan01@gmail.com*

Annotation. The paper considers the main prerequisites for the implementation of budget reform in the Russian Federation, a comparative analysis of the goals and expected results of the reform with the results obtained in practice is carried out.

Keywords: budget reform, directions of budget reform, the process of implementing budget reform, the results of implementing budget reform in the Russian Federation.

Бюджетная реформа официально закончилась в 2006 г. Однако ее результаты оцениваются исследователями неоднозначно и завершенность предполагаемых процессов ставится под сомнение.

Цель настоящей статьи – проанализировать цели и результаты реформы по отдельным ее направлениям.

Необходимость реформы была обусловлена нарастающим кризисом в управлении финансовой системой России, начавшимся еще в 1980 гг. К 1990 году в стране была построена банковская система, характеризующаяся отсутствием банковского надзора и требований к банковскому капиталу. Это вызвало неконтролируемый рост числа банков в количественном отношении.

В 1998 г. был принят Бюджетный кодекс Российской Федерации. Новшествами, внесенными этим нормативным актом, стали четкое разграничение прав, обязанностей и ответ-

ственности участников бюджетного процесса, регламентация процессов составления, утверждения и исполнения бюджетов. Бюджетный кодекс закрепил принцип казначейского исполнения бюджета с соблюдением требований единства кассы, в исполнении которых основное место было отведено Федеральному казначейству.

Реализация положений Бюджетного Кодекса РФ на практике вызвала ряд трудностей, результатом которых стало принятие решения о проведении бюджетной реформы. Основные вопросы, которые назрели к тому моменту, касались перехода на среднесрочный бюджет, создания иных организационно-правовых форм учреждений, оказывающих государственные услуги, изменения бюджетной классификации и других направлений бюджетной реформы, формализованных в Постановлении Правительства РФ от 22 мая 2004 г. № 249.

Таким образом, к 2000-м годам вопрос реформирования бюджетной системы РФ становился все более и более актуален. Правительству необходимо было принять ряд мер для осуществления данного процесса.

В рамках реформы выделилось три ее основных направления:

1. Реформа межбюджетных отношений;
2. Реформа бюджетного процесса;
3. Реструктуризация бюджетной сети.

Первым по времени осуществления направлением стало реформирование системы межбюджетных отношений.

Основными изменениями в системе межбюджетных отношений стали [1]:

1. Уточнение разграничения бюджетных полномочий между органами власти различных уровней.
2. Уточнение бюджетного устройства и общих принципов организации бюджетной системы РФ.
3. Регулирование предоставления бюджетных трансфертов.
4. Разграничение налоговых доходов между бюджетами разных уровней бюджетной системы РФ.
5. Установление порядка разграничения расходных обязательств между уровнями бюджетной системы РФ и др.

Реформирование бюджетного процесса заключалось в смещении акцентов бюджетного процесса от «управления бюджетными ресурсами (затратами)» на «управление результатами» путем повышения ответственности и расширения самостоятельности участников бюджетного процесса и администраторов бюджетных средств в рамках четких среднесрочных ориентиров.

Реформирование бюджетной системы предполагало осуществление следующих направлений:

1. Реформирование бюджетной классификации РФ и бюджетного учета.
2. Выделение бюджетов действующих и принимаемых обязательств.
3. Совершенствование среднесрочного финансового планирования.
4. Упорядочение процедур составления и планирования бюджета.
5. Совершенствование и расширение сферы применения программно целевых методов.

Формализация планируемых изменений получила свое отражение в Концепции реформирования бюджетного процесса в Российской Федерации в 2004–2006 гг.

Приоритетным положением данной Концепции явилось введение бюджетирования, ориентированного на результат, которое стало основополагающим ориентиром развития бюджетного процесса. Итогом этого направления является введение таких механизмов, как доклады о результатах деятельности главных распорядителей бюджетных средств, применение программно-целевого метода бюджетного планирования, ведение реестра расходных обязательств и модернизация бюджетной классификации. Применение программно-целевого подхода выразилось в повсеместном формировании государственных и муниципальных программ, в которых была сделана попытка увязать цели развития соответствующей сферы и

финансирование имеющейся сети подведомственных учреждений. На первых этапах все эти попытки носили формальный характер в связи с негибкостью механизмов принятия решений в государственных и муниципальных органах.

Следующим направлением является реструктуризация бюджетной сети. Основными направлениями данной реформы являются [3]:

1. Оптимизация действующей сети получателей бюджетных средств.
2. Уточнение правового статуса и реорганизация бюджетных учреждений.
3. Переход к новым формам финансового обеспечения предоставления государственных услуг.
4. Внедрение методов формирования бюджета, ориентированного на результат.

Для выполнения рассматриваемого направления, в первую очередь, необходимо было осуществить административное и финансовое переподчинение бюджетополучателей с целью соблюдения принципов отраслевой направленности основного вида деятельности, устранение ситуации, при которой распределение средств бюджета одного уровня государственной власти осуществляется организациями, административно подчиненными другому уровню бюджета. К примеру, в Рязанской области была изменена подчиненность учреждения детского питания «Молочная кухня», осуществляющего функции за счет регионального бюджета. Финансирование учреждения на тот момент было передано на муниципальный бюджет.

Все указанные направления были осуществлены в рамках четырех этапов (таблица). По каждому из них в таблице приведено сопоставление ожидаемого результата и результата, полученного на практике.

Таблица. Сравнительный анализ запланированных и полученных результатов бюджетной реформы

Этап реформы	Ожидаемый результат [4]	Реально полученный результат
1. Первый этап, 2000-2002 гг.	1. Создание системы регулирования бюджетных правоотношений на основе установления единых принципов бюджетной системы и четкого определения статуса и полномочий участников бюджетного процесса; 2. Организация бюджетного процесса на основе принятия и исполнения расходных обязательств публично-правовых образований; 3. Разграничение полномочий и, соответственно, расходных обязательств и доходных источников бюджетов публично-правовых образований; 4. Введение формализованных методик распределения основных межбюджетных трансфертов; 5. Создание системы Казначейства России; 6. Начало внедрения инструментов бюджетирования, ориентированного на результаты и др.	Система регулирования бюджетных правоотношений построена. Однако отмечается недостаточная открытость бюджетов, прозрачность и подотчетность деятельности участников сектора государственного управления, низкая степень вовлеченности гражданского общества в обсуждение целей и результатов использования бюджетных средств особенно на уровне муниципальных образований
2. Второй этап, 2004-2007 гг.	1. Четко определены публично-правовые образования; 2. Имеется четкое разграничение полномочий между органами власти; 3. Публично-правовые образования самостоятельно формируют бюджет в процессе реализации своих полномочий.	Публично-правовые образования получили право формирования собственных бюджетов. Однако наблюдается низкая мотивация органов государственной власти и органов местного самоуправления к формированию приоритетов и оптимизации бюджетных расходов, во многих случаях проявляется формальный подход к реализации государственных и муниципальных программ [2]

3. Третий этап, 2008-2010 гг.	1. Публично-правовое образование как собственник получает доходы от управления своей собственностью; 2. Разграничение полномочий между публично-правовыми образованиями; 3. В целях финансового обеспечения исполнения расходных обязательств публично-правовое образование реализует данное ему право по установлению налогов и сборов; 5. В процессе управления активами и обязательствами возникают потоки денежных средств, прогноз объемов по которым и находит свое отражение в бюджете.	Несмотря на созданную систему управления ресурсами, отмечается недостаточная действенность системы государственного и муниципального финансового контроля и его ориентации на оценку эффективности бюджетных расходов. Использование корпоративных методов финансового менеджмента не практикуется.
4. Четвертый этап, 2010-2011 гг.	Оптимизация сети государственных и муниципальных учреждений, повышение качества предоставляемых ими услуг и, соответственно, повышение эффективности расходов бюджетов, создание условий и стимулов для сокращения внутренних издержек учреждений, привлечения дополнительных источников финансирования за счет предпринимательской деятельности.	Перестройка работы государственных и муниципальных учреждений осуществляется крайне затруднительно, что обусловлено нежеланием персонала работать в новых условиях. Применение новых форм оказания и финансового обеспечения государственных и муниципальных услуг осуществляется на формальном уровне. Эффективность оказания услуг не растет.

Проведенный анализ позволяет заключить, что, несмотря на то, что бюджетная реформа принесла свои результаты в виде выстроенных механизмов финансирования и разграничения полномочий, часть изменения все же имеет и негативный характер. В частности, существующая длительное время практика восприятия деятельности государственных и муниципальных структур как процесса, не позволила быстро перестроить работу учреждений. Введение программно-целевого подхода привело к возникновению мероприятий, неувязанных с целью программ. Показатели результативности программ также формулировались некорректно.

Решение выделенных проблем требует времени и коренной перестройки деятельности государственных и муниципальных органов и учреждений. Только в этом случае удастся уйти от формального подхода в работе и увязать внедряемые механизмы с эффективностью процессов, а, следовательно, и реализовать то, что планировалось сделать в результате бюджетной реформы до конца.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации в части регулирования межбюджетных отношений» от 20.08.2004 N 120-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48990/ - свободный.
2. Распоряжение Правительства РФ от 30.12.2013 N 2593-р «Об утверждении Программы повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156759/ - свободный
3. Алексеева А.В., Завадская В.В. «Реформирование бюджетного процесса в РФ: эволюция, проблемы и пути их решения» / В.В. Завадская, А.В. Алексеева // Скиф. – 2019. – №11 (39). – С. 702-711.
4. Лобастова Т.Н., Сазанова Н.Н. Этапы бюджетной реформы в РФ // Российское право: опыт, проблемы и перспективы. Сборник материалов V межрегиональной научно-практической конференции 18 апреля 2008 г. - Киров: Кировский филиал МГЭИ, 2008. - С. 86-88.

УДК 378.1; ГРНТИ 14.85.35

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ДИСТАНЦИОННЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ В РОССИИ В 21 ВЕКЕ

С.Ю. Чикина, В.М. Барышникова

*Рязанский государственный радиотехнический университет им. В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, chikina_sv@mail.ru, baryshnikovavalya@yandex.ru*

Аннотация. В работе рассматривается развитие дистанционного образования в России и в мире, а также состояние дистанционного обучения в России в период пандемии коронавирусной инфекции.

Ключевые слова: дистанционное обучение, рыночная экономика, образовательная система, ВУЗы, международный уровень, международные стандарты, пандемия коронавирусной инфекции.

HISTORY OF DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF DISTANCE EDUCATION IN RUSSIA IN THE 21ST CENTURY

S.Y. Chikina, V.M. Baryshnikova

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin
Russian Federation, Ryazan chikina_sv@mail.ru, baryshnikovavalya@yandex.ru*

Abstract. The paper examines the development of distance education in Russia and in the world, as well as the state of distance learning in Russia during the coronavirus pandemic.

Keywords: distance learning, market economy, educational system, universities, international level, international standards, coronavirus pandemic.

В настоящее время определение дистанционного обучения дается в различных ракурсах при той определенности, которую понимает каждый обучающийся, преподаватель, политик, ученый, занимающийся данной проблемой обучения. Закон о дистанционном обучении в России был принят (вошел в силу) только с 1 января 2021 года. При этом законодательный акт не дает полного определения дистанционного обучения.

Первоначально дистанционное обучение в России по определению предполагало заочное обучение. Поэтому до сих пор основное определение дистанционного обучения гласит, что дистанционно обучение – это взаимодействие учителя и учащегося между собой на расстоянии, устанавливающее получение знаний согласно учебному процессу. Однако, необходимо повторить, что первоначально дистанционное обучение проводилось только в высших учебных заведениях и в техникумах при получении среднего специального образования. В России (позднее в Советском Союзе) дистанционное обучение получило развитие после социалистической революции 1917 года. Так в СССР была разработана первая модель заочного обучения, которая называлась «образование без визуального контакта».

Обусловлено развитие заочного обучения было тем, что социалистическая революция привела к миграции в капиталистические страны большую часть научных деятелей России. В России политическая ситуация приводит к нехватке высококвалифицированных работников, то есть работников, имеющих высшее образование. При этом высшее образование надо было получать (чаще всего) наряду с практической деятельностью. Появляются первые курсы рабочей молодежи с дистанционным обучением (заочным обучением).

Поступление в учебные заведения предусматривалось только очное. После поступления проводились очные лекции, что являлось обязательным, и очная промежуточная сдача зачетов и экзаменов (контроль за полученными знаниями). В течение полугодия (семестра) студенты выполняли задания, которые пересылались по почте в ВУЗ. Преподавателями задания проверялись, указывались недостатки выполненных заданий. Отсутствие современных технологий и строгий контроль за получаемыми знаниями заставляли студентов самостоятельно изучать дисциплины учебной программы. Практические задания, как правило, проводились на рабочих местах, под наблюдением специалистов. При этом студент заочного обучения за весь период обучения должен был работать по направлению своей будущей специ-

альности, что давало возможность подкреплять получаемые знания в ВУЗах практикой рабочих мест.

Дистанционного обучения в школах и профессионально-технических училищах не предполагалось. Конституционно в СССР каждый ребенок должен был получить среднее образование. Законодательно вменялось в обязанность учителям заниматься на дому с ребенком, который по состоянию здоровья не мог посещать школу, но дистанционное обучение отсутствовало.

Переход к рыночной экономике в начале 90-ых годов подталкивает образовательную систему к новым реалиям, которые дают возможность проведения реорганизации высшей школы. Появляется необходимость создания дистанционного обучения нового формата, в первую очередь ликвидацию аудиторных занятий.

В 1993 году в России открылся филиал Европейской школы корреспондентского обучения (ЕШКО), который впервые в современной образовательной системе России применил дистанционное образование. При этом аудиторное образование в данном учебном заведении при формировании ВУЗа даже не предполагалось. Образовательная система ЕШКО была направлена не на развитие высшего образования в стране, а на, во-первых, получение прибыли, в связи с тем, что данная организация занималась чисто коммерческой деятельностью, во-вторых, продвижение английского языка, то есть языка Западных стран и США, направленное на «завоевание» возможностью реформировать «советскую» систему образования, начиная с начальной школы образования и заканчивая высшей школой.

Система дала «положительный» результат, и высшая школа переходит на двухуровневую образовательную систему. Однако данный опыт имеет и положительный результат (что будет описано ниже), как переход к полному дистанционному обучению всей образовательной системы в России во время пандемии.

В 90-ых годах прошлого столетия и компьютеры были далеко не у каждого, да и интернета в обыкновенном нам понимании, не существовало, но, несмотря на это, международное учебное заведение тем или менее начало успешно реализовывать свою деятельность при помощи дистанционного обучения. Учебные программы ЕШКО давали возможность удаленно изучать английский язык по средствам кассет. В результате успешного прохождения предоставленного курса студентам выдавался сертификат. В России многих привлекала данная образовательная система своей новизной и непривычным применением, поэтому и более интересной, чем освоение языка на очных курсах [1].

Следующим этапом развития дистанционного образования стало подписание в 1993 году Меморандума о взаимодействии Российской Федерации и Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО). Это событие стало огромным толчком для более успешного развития дистанционного обучения не только в России, но в странах с бывшим социалистическим развитием, которое предполагало более серьезную и усовершенствованную систему дистанционного обучения по программе высшего образования.

Начинается реформирование программы высшего образования и формирование институтов высшего образования с предоставлением знаний чисто дистанционного обучения.

Для России в начале 90-ых годов прошлого столетия актуальность и необходимость дистанционного образования высшей школы связана с целым рядом факторов: огромные территории, сосредоточие научно-технических центров в крупных городах, возникновение новых потребностей населения к содержанию и технологиям образования, развитие рыночной экономики, рост миграции населения и др. Россия выходит на мировой рынок образовательных услуг, но спросом пользуются услуги дистанционного обучения только среди россиян и жителей стран из Ближнего Зарубежья.

В 1994 году в Московском государственном университете экономики, статистики и информатики (МЭСИ) был основан первый институт дистанционного обучения. На базе МЭСИ формируется 60 региональных центров, в которых обучение проходит по более сорока специальностям. Также при МЭСИ была создана одна из первых в России сетевых элек-

тронных библиотек, актуальность которых в настоящее время не вызывает сомнений [2]. Вслед за первооткрывателем в сфере дистанционного обучения все ВУЗы, и государственно-го образца, и коммерческие, создают на своей площадке электронные библиотеки.

В 1997 году под руководством ЮНЕСКО был основан Московский технологический институт (МТИ «ВТУ»), который предлагал образование по множеству дистанционных программ. Этот проект ЮНЕСКО был создан в целях объединения международных, национальных и региональных усилий по дальнейшему развитию и преобразованию системы непрерывного технологического образования и направлен на интернационализацию подготовки кадров в области высоких технологий во всём мире [3].

В 2004 году различные проекты в дистанционном образовании принесли свои результаты, и с этого момента стали определяться новые перспективы. Именно в это время уже можно было сделать выводы об эффективности ряда проектов.

В 2005 году дистанционное образование перешло на новый уровень, так как такую систему образования стали использовать не только в учебных заведениях, но и при подготовке персонала крупных компаний, таких как «Российские железные дороги», «Север-Сталь», «Норильский никель» и многие другие. К тому же, новые технологии применяли для повышения квалификации работников Государственной думы, Центрального банка и т. д. [4].

В 2005 году после официального заявления ассоциация Advanced Distributed Learning (ADL) о том, что закончены испытания Российской системы дистанционного обучения, Россия смогла выйти на международный уровень в сфере программ дистанционного образования. Было признано соответствие системы Redclass международному стандарту SCROM 1.2. Эта система стала первой, признанной на международном уровне. Указанный стандарт поддерживается всеми ведущими производителями систем дистанционного образования [5].

ВУЗы начинают формировать и развивать свои курсы дистанционного обучения, которые апробируются на студентах. Однако курсы дистанционного обучения в ВУЗах не приносят положительных результатов и являются дополнением к общей образовательной программе, что дает возможность студентам получать дополнительный материал. Преподаватель получает возможность контролировать выполнение дополнительного материала студентами и выявлять недостатки в образовательной программе отдельных дисциплин.

В средней школе по-прежнему дистанционное обучение почти не применяется. Однако дистанционное обучение начинает развиваться в инклюзивной образовательной системе. Это: предоставление заданий (детям-инвалидам и детям, не имеющим возможности посещать школу) по электронной почте, проверка заданий и указание на недостатки выполнения по удаленной системе, общение с детьми по программе Skype. Получает развитие не только образовательная система детей с особенностями развития, но и их социализация.

В 2020 году все население нашей планеты столкнулось с серьезнейшей глобальной проблемой – пандемией коронавирусной инфекции, в условиях которой в марте все ВУЗы России перешли на дистанционное обучение. И возникает вопрос: «Справилась ли дистанционная система высшего образования в России со стресс-тестом пандемии коронавируса?»

К сожалению, пандемия показала жесткость и негибкость образовательного процесса в ВУЗах страны, так как оказалось, что возможностей университетов недостаточно для эффективного и удобного дистанционного формата обучения для студентов и преподавателей. Такие выводы сделала в своем докладе рабочая группа, в которую вошли 13 ректоров российских вузов, в числе которых были: ректор РАНХиГС Владимир Мау, ректор НИУ ВШЭ Ярослав Кузьминов, ректор Московского педагогического университета Игорь Реморенко, ректор Санкт-Петербургского государственного университета Николай Кропачев и др.

Так при переходе на дистанционное обучение студенты были либо недостаточно проинформированы о новых требованиях, либо просто были к такому не готовы, поэтому растерялись. Как оказалось, в 15 % ВУЗов вообще не было никакой системы электронной коммуникации со студентами. Авторы доклада отмечают, что только в нескольких ВУЗах были реализованы программы психологической помощи учащимся. Обострились и социальные вопросы, связанные с отсутствием финансовых возможностей у студентов для того, чтобы вернуться домой.

Еще одной серьезной проблемой стала массовая потеря студентами работы. С началом пандемии примерно у 40 % учащихся упали доходы, и, как следствие, появилась проблема, связанная с оплатой дальнейшего обучения.

Преподаватели также столкнулись с трудностями. На первых этапах дистанционного образования проявился недостаточный уровень подготовки преподавателей по части методов ведения дистанционных занятий (к маю 2020 года только 36 % преподавателей смогли освоить все необходимые навыки). Затем к началу сессии, преподаватели испытывали сложности с вовлеченностью студентов и беспокоились за их «нечестное поведение» во время зачетов и экзаменов.

В сложной ситуации оказались преподаватели, которым для полноценного процесса обучения необходимо специальное оборудование. В дальнейшем большинство ВУЗов направили преподавателям методические рекомендации, а во многих ВУЗах сами студенты помогли педагогам освоить курсы дистанционного обучения. Также отдельная часть преподавателей имеет негативные установки по отношению к формату онлайн обучения, особенно это касалось педагогов «старой закалки». Это связано с ростом трудоемкости и неготовностью к эффективному использованию современных технологий.

Уже в марте стало понятно, что в 20 % ВУЗов есть направления подготовки такие, как медицина, индустрия и творчество, курсы по которым не могут быть успешно пройдены в дистанционном формате. Поэтому занятия по таким курсам были полностью отменены или перенесены на следующий учебный год.

В дистанционном обучении при удаленной образовательной системе во время пандемии применялись три модели. Первая подразумевала под собой проведение лекции в формате вебинаров, при которой преподаватели повышали интерактивность процесса. Вторая применялась в ВУЗах, где отсутствовала цифровая образовательная среда, поэтому использовалась рассылка заданий и их последующая проверка через электронную почту. А в третьей проходили онлайн-курсы, в том числе Coursera, «Открытое образование». Стоит отметить, что практически все ВУЗы использовали все же смешанную модель – вебинары + рассылка заданий.

Дистанционное образование привело к активному внедрению ВУЗами технологий прокторинга, технологий наблюдения за процессом дистанционной сдачи студентом экзамена и защиты ВКР. В результате оказалось, что на российском рынке почти нет конкуренции среди поставщиков этой услуги [6].

Еще нужно сказать о том, что почти каждый студент и преподаватель из-за колоссальной загруженности системы дистанционного образования столкнулся с низким качеством связи, длительной загрузкой и продолжительным временем ответа. И, конечно же, это привело к множеству неприятностей: стресс, неоправданно низкие оценки, не вовремя проверенные работы, отсрочка проверочных и самостоятельных работ, зачетов и экзаменов и др.

Наконец, существуют основная проблема - отсутствие доступа в Интернет (отсутствие Интернета в домашних условиях при отсутствии в нем надобности, место жительства, откуда можно войти в Интернет, не приспособлено для учебы). Не каждая комната и не в каждом доме отвечает условиям, необходимым для обучения через Интернет. Это связано с тем, что дистанционное обучение может потребовать несколько часов работы в Интернет, а, так как большинство пользователей Интернет (по крайней мере, для дистанционного обучения) используют телефонные линии, доступ должен производиться оттуда, где телефон будет свободен все это время.

Обучение в школах на момент появления пандемии дистанционного образования не существовало, как не развивается и не создается удаленная образовательная система и в настоящее время. Школьников отпускают на неопределенное время преждевременных каникул. Задания, пересылаемые по электронной почте, или не выполняются из-за непонимания его, или выполнение очень низкого качества.

Возникает две главных причины: снижение социализации детей, то есть отсутствие общения с учителем и необязательность исполнения школьного материала. Вышеуказанные

причины приводят к потере знаний в школе, которые не только невозможно восполнить при поступлении в ВУЗы, но и приводят, к изменению (ухудшению или снижению сложности) учебной программы. Происходит «потеря образованного поколения».

Таким образом, пандемия коронавирусной инфекции выявила следующие основные несовершенства дистанционного образования в ВУЗах России:

- возможность студентов оплачивать свое обучение ввиду потери работы в связи с пандемией;
- возможность у иностранных студентов вернуться к нормальному учебному процессу по окончании пандемии;
- отсутствие необходимых навыков у преподавателей работы в дистанционном формате;
- возможность студентов определенных специальностей обучаться на дистанционной основе;
- трудности с обеспечением информационной безопасности;
- проблема «нечестного поведения» во время экзаменов;
- загруженность системы дистанционного обучения;
- отсутствие у определенной категории студентов доступа в интернет и приспособленных мест для его использования.

В современном мире постоянно происходят рискованные ситуации, которые могут быть связаны с изменением экологии, техногенными катастрофами, возникновением пандемий. Однако век развития технологий не дает возможности приостанавливать обучение не только в ВУЗах, но и в школах, так как увеличение дней школьных каникул, переход работы студентов на «удаленку» приведет к снижению знаний, что, как следствие, начнется обратный процесс развития технологий и экономики в целом. В России во время коронавирусной инфекции Правительством было предпринято множество позитивных шагов, которые были направлены на улучшение положения малого бизнеса, социальных пособий работающим гражданам. Проблемы образования, к сожалению, до сих пор на уровне государства не поднимаются, в связи с чем, страна теряет доверие в первую очередь со стороны иностранных граждан, обучающихся в России, что приведет к снижению доходов государства из-за отсутствия иностранных студентов, и снижению доходов ВУЗов по той же причине. Но, самое главное, будут нарушены международные образовательные связи.

На основе вышесказанного предлагаются следующие направления по решению выявленных проблем дистанционного обучения:

- внести в программу Службы занятости вопросы трудоустройства студентов в период пандемии;
- снижение ставки образовательных кредитов на время рискованных ситуаций;
- оказание материальной помощи иностранным гражданам и социально уязвимой части студентов для возвращения домой на время пандемии;
- создание свода методик и правил преподавания онлайн (цифровой дидактики);
- создание системы мотивации преподавателей, которые активно включаются в использование цифровых ресурсов;
- разработка программ, которые будут работать на основе сервера ВУЗа, а не за счет интернета;
- усовершенствование системы прокторинга для использования ее как во вступительной кампании, так и при сдаче студентами экзаменов, зачетов и защиты ВКР;
- разработка информационной безопасности.

Таким образом, в 21 веке дистанционное обучение стало неотъемлемой частью образовательных программ в большинстве учебных заведений России. В стране разработано много образовательных систем, которые работают в соответствии с международными стандартами. В частности, большую популярность обрели учебные порталы, видеоконференции, тестирование через Интернет. На данный момент около 40 % ВУЗов по стране предоставляют возможности дистанционного обучения. Однако пандемия коронавирусной инфекции по-

казала, что существующих цифровых возможностей вузов недостаточно для эффективной работы дистанционного формата. Поэтому можно сделать вывод о том, что в настоящее время основной задачей системы дистанционного обучения в России является не расширение числа специальностей, которые можно получить на удаленной основе, а совершенствование дистанционного образования путем решения проблем, выявленных в результате пандемии 2020 года.

Библиографический список

1. Школа дистанционного обучения ЕШКО. Космические возможности. Официальный сайт [Электронный источник] – URL: <https://ribalych-ru.turbopages.org/ribalych.ru/s/2014/06/06/shkola-distancionnogo-obucheniya-eshko/> (дата обращения: 08.11.2020)
2. Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. Официальный сайт [Электронный источник] – URL: <https://edu.ru/vuz/card/moskovskij-gosudarstvennyj-universitet-ekonomiki-statistiki-i-informatiki/contacts> (дата обращения: 08.11.2020)
3. Московский технологический институт (Россия) [Электронный источник] – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Московский_технологический_институт_\(Россия\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Московский_технологический_институт_(Россия)) (дата обращения: 09.11.2020)
4. Андреев А. А. Роль и проблемы преподавания в среде e-Learning // Высшее образование в России. 2010. № 8/9. С. 41–45.
5. Перспективы развития дистанционного обучения в мире и в России [Электронный источник] – URL: <https://compress.ru/article.aspx?id=14659> (дата обращения: 09.11.2020)
6. «Стресс-тест» пандемии выявил главные недостатки российских вузов. Как должна измениться система образования, чтобы не откатиться к доцифровому формату [Электронный источник] – URL: <https://www.rbc.ru/society/03/07/2020/5efdf6e09a794734267c9521> (дата обращения 09.11.2020)

УДК 354 ГРНТИ 82.13.13

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЧЕТНОЙ ПАЛАТЫ РФ

К.Т. Сайян

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, karen.naice.15@gmail.com*

Аннотация. В работе рассматривается деятельность Счетной палаты РФ. Изучается структура органа и его основные функции. Изучаются основные проблемы органа, а также поиск путей для их решения.

Ключевые слова: структура и функции Счетной палаты РФ. Проблемы и перспективы развития органа.

ANALYSIS OF ACTIVITIES OF THE ACCOUNT CHAMBER OF THE RF

K.T. Saiyan

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, karen.naice.15@gmail.com*

Annotation. The work examines the activities of the Accounts Chamber of the Russian Federation. The structure of the organ and its main functions are studied. The main problems of the organ are studied, as well as the search for ways to solve them.

Keywords: structure and functions of the Accounts Chamber of the Russian Federation. Problems and prospects of organ development.

Финансовый контроль является неотъемлемой частью любого бюджетного процесса и, как следствие, важной частью государственного бюджетного плана. В силу своей специфики он является элементом стратегии повышения эффективности бюджетных расходов каждого учреждения и страны в целом, поскольку нецелевое использование средств имеет негативные социальные и экономические последствия. Без эффективного контроля национального бюджета ни одно направление развития страны.

Счетная палата функционирует в России с 1993 г. и много раз претерпевала изменения, как в структуре, так и в функциях. Последние преобразования в процессе ее формирования и функционирования были внесены в 2020 г. В соответствии с изменениями в Конституции РФ основной состав государственного органа формируется с участием Президента РФ (рис. 1) [1].

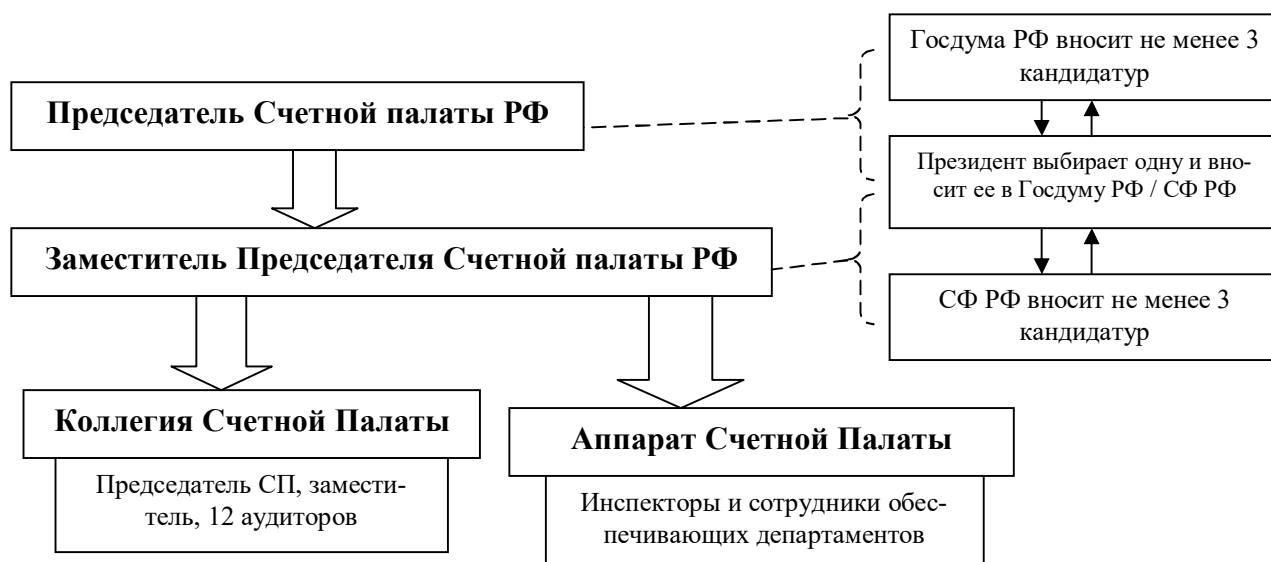


Рис. 1. Структура Счетной Палаты РФ

Анализ функций Счетной Палаты РФ свидетельствует о том, что все они сводятся к оценке целесообразности и эффективности использования бюджетных средств разных уровней. Для реализации этих функций Счетная палата обладает необходимыми полномочиями, например, она может запрашивать сведения о составе данных ведомственных информационных систем объектов аудита. Также для осуществления своих полномочий Счетная палата использует различные методы, такие как: проверка, ревизия, анализ, обследование и мониторинг. Так, в 2019 году было проведено 319 мероприятий, выявлено 4443 нарушения на сумму 884,6 млрд. рублей, сформировано заключений на 1 281 проектов нормативных правовых актов. По материалам проверок возбуждено 25 уголовных дел, по 20 материалам инициированы доследственные проверки и оперативно-розыскные мероприятия [3].

По итогам проведенных мероприятий Счетная Палата может осуществлять следующие действия:

- вносят представления об устранении нарушении законодательства
- опротестовывают незаконные акты
- привлекают лица к дисциплинарной ответственности;
- направляют материалы в следственный орган

Собственных полномочий по применению мер принуждения у Счетной Палаты нет. Материалы по выясненным фактам нарушений могут быть лишь направлены в отраслевые министерства, государственные органы и организации, следственные органы.

Анализ деятельности Счетной Палаты РФ позволил выявить следующие основные проблемы, снижающие эффективность функционирования государственного органа. Во-первых, Счетная палата РФ, как и многие высшие органы финансового контроля других стран, не выполняет предупредительно-профилактических функций, а лишь проводит реакционную политику т.е. лишь информирует правоохранительные органы о допущенных нарушениях законодательства. Это значит, что эффективность контроля снижается так как орган внешнего контроля не облечен властью, традиционно присущей органу административ-

ной юстиции (США, Швеция, Чехия, Италия, Болгария и др.). Появляется дополнительное звено – правоохранительный орган, только мешающий оперативности ведения деятельности Счетной палаты.

Следующая проблема заключается в несоблюдении сроков проверок, что сильно влияет на оперативность и эффективность работы органа при осуществлении своей деятельности. На данный момент существует Указ Президента РФ от 03.03.1998 № 224 «Об обеспечении взаимодействия государственных органов в борьбе с правонарушениями в сфере экономики» [2] (далее – указ), во 2 пункте которого регламентировано, что Счетная палата обязана информировать Генеральную прокуратуру РФ о выявленных в ходе проверки правонарушений в сфере экономики. Данная процедура замедляет процесс передачи необходимых сведений в суд с целью вынесения необходимого решения. Работа с нарушителями с помощью использования бюджетных ресурсов сопровождается появлением большого числа лишних посредников. Данная система несет за собой следующие проблемы:

- Замедление процесса поступления штрафов, которые, в свою очередь являются источниками дохода государственного бюджета;
- Большое количество участников сильно усложняет процесс контроля за данной цепью и мешает донести весь необходимый материал целостно к конечному пункту;
- Из-за того, что в процессе задействовано большее число квалифицированных сотрудников, то для реализации их деятельности требуются дополнительные затраты.
- Наличие посредников между контрольносчетными органами и судом создает дополнительную возможность формирования коррупционных схем.

Для решения данных проблем рекомендуется возложить ответственность за полную передачу функций по государственному финансовому контролю, формированию методологической базы, информационному обеспечению процессов по аудиту бюджетных ресурсов Счетной палате Российской Федерации. В настоящее время некоторые из этих функций находятся в ведении исполнительных ведомств. Это дублирование функций вносит двусмысленность и неясность в полномочия органа государственного контроля. Централизация в управлении контрольными функциями государства существенно повысит эффективность системы государственного аудита, усилит ответственность должностных лиц и учреждений в целом, сделав их более конкретными.

Библиографический список

1. Федеральный закон "О Счетной палате Российской Федерации" от 05.04.2013 N 41-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144621/
2. Указ Президента РФ от 3 марта 1998 г. N 224 "Об обеспечении взаимодействия государственных органов в борьбе с правонарушениями в сфере экономики" (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/12110878/>
3. Счетная палата Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ach.gov.ru/>

УДК 354 ГРНТИ 82.13.13

ИНСТИТУТ ПРЕЗИДЕНТСТВА В США И ГЕРМАНИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

А.К. Уразгалиева

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, aidaurazgalieva57@gmail.com*

Аннотация. В статье рассматриваются институты президентства в США и Германии. Проводится сравнительный анализ их образования и функционирования.

Ключевые слова: институт президентства, взаимоотношения с институтами власти, взаимоотношения президента и государственного аппарата.

INSTITUTE OF THE PRESIDENCY IN THE UNITED STATES AND GERMANY: A COMPARATIVE ANALYSIS

A. K. Urazgalieva

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin, Ryazan,
Russian Federation, aidaurazgalieva57@gmail.com*

Annotation. The article examines the institutions of the presidency in the United States and Germany. A comparative analysis of their formation and functioning is carried out.

Keywords: the institution of the presidency; relations with the institutions of power; relations between the president and the state apparatus.

Роль президента в системе государственной власти является неотъемлемой частью изучения государства. Первые республики с президентом во главе появились только в Новом Море в конце XVIII века, и первой такой страной стали Соединенные Штаты Америки. С тех пор институт президентства начал стремительно распространяться и развиваться - адаптироваться к условиям конкретной страны.

В рамках данной статьи проведен сравнительный анализ институтов президентства в двух странах с целью выявления их особенностей и выяснения причин такого построения системы власти. Для анализа были выделены четыре критерия:

- порядок назначения президента;
- порядок отрешения от должности;
- место президента в структуре ветвей власти;
- объем полномочий президента.

В качестве объектов исследования были взяты такие страны как США и Германия. Итоги сравнительного анализа для наглядности собраны в таблицу 1.

По первому критерию между системами организации власти наблюдаются существенные различия. Так, выборы Президента США проходят в несколько этапов [1, ст.2]:

1. Праймериз - кандидат избирается внутри той партии, к которой принадлежит. Так как в Америке две основные партии - демократическая и республиканская, то и кандидатов чаще всего два.

2. Каждый кандидат выдвигает своего представителя на должность вице-президента. На протяжении всего предвыборного процесса оба кандидаты идут вместе. При этом кандидаты на пост президента и вице-президента должны быть из разных штатов.

3. Следующий шаг - это общение с народом. Кандидаты ездят по стране, проводят агитации, привлекая известных личностей, а также устраивают между собой дебаты. Конституционно их наличие не прописано, однако на практике они являются обязательной частью выборов.

4. Выборы в Америке двухступенчатые и косвенные, то есть голоса за кандидатов отдает не непосредственно электорат, а Коллегия выборщиков, которая создается во всех административных округах. Состав этого органа определяет Законодательное собрание или его выбирают жители каждого административного округа из наиболее заметных и известных

общественных деятелей штата. При этом число выборщиков должно соответствовать количеству представителей конкретного штата в Конгрессе.

Таблица 1. Сравнительный анализ института президентства в США и Германии

Критерий	США	Германия
Порядок назначения	Выборы проходят по двухступенчатому и косвенному признаку. На первой ступени выборов за кандидатов голосуют в административных округах, результаты представляются Коллегией выборщиков. На второй ступени происходят непосредственно выборы, Коллегии выборщиков от лица административного округа отдает голос за победившего на первой ступени кандидата. Победителем является набравший абсолютное большинство голосов.	Выборы происходят в парламенте путем голосования. Президентом становится набравший большинство голосов членов Федерального собрания. Если такое не произошло в первых двух турах, то победителем становится тот, кто соберет наибольшее количество голосов в следующем туре.
Порядок отстранения от должности	1. Физическая смерть; 2. Неспособность исполнять свои обязанности и полномочия; 3. Отставка; 4. Отстранение от должности Сенатом посредством процедуры импичмента.	1. Бундестаг или Бундесрат могут возбудить перед Федеральным конституционным судом обвинение против Федерального президента в умышленном нарушении им Основного закона или другого федерального закона. После предъявления обвинения Федеральный конституционный суд может своим приказом временно отстранить президента от должности [2, ст. 61] 2. С согласия Бундестага может быть привлечен к ответственности или арестован за уголовно наказуемое деяние.
Место президента в структуре ветвей власти	Является главой государства, а также представителем исполнительной власти. То есть он находится внутри структуры ветвей власти. Президент может частично сдерживать законодательную власть, в лице Конгресса, путем наложения права вето, и влиять на судебную, главным представителем которой является Верховный суд, путем назначения самих федеральных судей. Но между тем, Конгресс может принять закон, преодолев президентское вето. А судебная власть может объявить президентские указы неконституционными.	Федеральный президент относится к исполнительной ветви власти, но обладает меньшей властью и влиянием, чем Федеральное правительство во главе с канцлером. Президент назначает министров по предложению канцлера. По отношению к законодательной власти подписывает уже принятые законы и формально может назначить Федерального канцлера, с оговорками. В определенных ситуациях Президент может даже распустить Бундестаг. По отношению к судебной власти Президент обладает формальным правом назначать федеральных судей, но это происходит лишь с представления правительства и лишь с согласованием от министров.
Объем полномочий президента	Президент является военачальником армии, флота, а также призванных на службу сотрудников полиции. У него есть полномочия в области внешней политики, частично ограниченные Сенатом. После своего назначения он назначает кабинет министров, который будет подчиняться исключительно ему. В его непосредственном подчинении находится Исполнительный аппарат.	Президент практически отодвинут с политической арены. Он не обладает ни особыми полномочиями, ни правом издания актов, равных по силе законам, ни какими-либо серьезными полномочиями влияния на процесс принятия важных политических решений [3].

5. Непосредственно выборы, вторая ступень, происходят в первой половине декабря, за первое и второе лица государства голосуют отдельно. Победителем в предвыборной гонке становится кандидат, набравший абсолютное большинство голосов, то есть больше полови-

ны. Если ни один претендент на должность президента не набрал нужного количества голосов, то главу государства Палата представителей посредством бюллетеней.

6. Официальная дата вступления президента на должность - 20 января, через месяц после окончания выборов. Такой промежуток времени дается, чтобы новый президент успел определиться с кандидатурами чиновников, которых он должен назначить согласно Конституции.

Президент в Германии избирается путём голосования в парламенте. Как указано в Конституции создается Федеральное Собрание, в состав которого входят члены нижней палаты парламента (Бундестага) и равное число членов, избранных народными представительскими земель. Кандидатов на пост президента предлагают ведущие партии и, как указано в Конституции, в ходе этих выборов в Федеральном собрании не допускаются какие-либо прения. «Избранным считается лицо, получившее большинство голосов членов Федерального Собрания. Если в двух турах голосования такое большинство не собрано, избранным считается тот, кто в следующем туре наберет наибольшее число голосов» [2, ст.54].

Проведенный анализ показывает, что если в США народ опосредованно, но все же участвует в выборах, то в Германии население не оказывает никакого влияния на выборы будущего президента.

В отличие от процедуры выборов президента вопрос отрешения его от должности в обеих странах решается однозначно. Причинами отстранения от должности президента являются: физическая неспособность выполнять свои обязанности и полномочия, уголовно наказуемое преступление, взяточничество, государственная измена и др.

Анализ третьего критерия показал, что, несмотря на схожесть места президента в США и Германии в структуре властей, президент США обладает большей властью и влиянием на другие ее ветви. В то время как Федеральный президент ФРГ в самой исполнительной власти занимает довольно низкое положение и имеет огромное количество ограничений своей деятельности, являясь скорее подчиненным Федерального правительства. По сути, главой исполнительной власти в Германии является канцлер, у которого имеется власть на осуществление правительственной политики. Президент же является гарантом правопорядка, олицетворением незыблемости конституционного строя.

Указанное различие обуславливает и дифференциацию объема полномочий президента в обеих странах (четвертый критерий). Кардинальное отличие здесь состоит в том, что в США все полномочия исполняются президентом самостоятельно, а в ФРГ - являются всего лишь юридической формальностью. В силу парламентской системы правления в Германии президент является сугубо конституционной главой государства. Это означает, что президент практически лишен прерогативы влияния на правительство и его деятельность. Хотя формально он наделен такими полномочиями, как назначение главы правительства, объявление о роспуске парламента, назначение даты очередных или внеочередных парламентских выборов, а также представительство в сфере международных отношений, фактически он может осуществлять эти полномочия только по согласованию с канцлером. В США же президент назначает кабинет министров, который обладает лишь совещательной функцией. Фактически министры являются только советниками главы государства. Кроме того, у президента этой страны есть следующие подчиняющиеся ему институты:

1. Исполнительное управление Президента, представляющее собой систему надведомственных органов: аппарат Белого дома, Совет национальной безопасности, Административно-бюджетное управление, Экономический совет при президенте и др.;

2. 13 федеральных министерств. В основном его руководители образуют кабинет министров и юридически подотчетны Конгрессу;

3. Более 50 независимых регулятивных агентств, советов и комиссий.

Подводя итог, можно отметить, что, несмотря на одинаковые названия должности, различия между президентами в разных странах могут быть кардинальными. Все полномочия президента зависят от главного закона страны: он дает ему права и их же ограничивает. В зависимости от страны одни полномочия президент может реализовывать самостоятельно,

а для исполнения других потребует согласие или утверждение парламента или даже правительства.

Тем не менее, политические системы США и Федеративной Республики Германии эффективно зарекомендовали себя как во внутренней, так и во внешней политике. Несмотря на все существенные различия, это было достигнуто благодаря точному балансу всех их государственных институтов.

Библиографический список

1. Конституция Соединенных Штатов Америки 1787 г. // Соединенные Штаты Америки. Конституция и законодательные акты: Перевод с английского / Сост.: Лафитский В.И., Под ред. и со вступ. ст.: Жидков О.А. М.: Прогресс-Универс, 1993. С. 12-25.
2. Основной закон Федеративной Республики Германия от 25 апреля 1949 года // Урьяс Ю.П. Федеративная Республика Германия. Конституция и законодательные акты. – М., 1991.
3. “Паречина С.Г. Институт президентства: история и современность. - 2003. - 163 с.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://lib.ru/POLITOLOG/parechina.txt_with-big-pictures.html - свободный.

УДК 796.062; ГРНТИ 77.01.75

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Р.Р. Романов

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина
Российская Федерация, Рязань, romzes62@mail.ru*

Аннотация. В работе рассматривается распределение полномочий в области физической культуры и спорта между уровнями власти с целью установления их соответствия цели государственной политики в сфере физической культуры и спорта.

Ключевые слова: физическая культура, субъект управления физической культурой, стратегия развития спорта, структура органов управления, полномочия органов управления.

ANALYSIS OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS IN THE RUSSIAN FEDERATION

R.R. Romanov

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin
Ryazan, Russian Federation, romzes62@mail.ru*

Annotation. The paper considers the distribution of powers in the field of physical culture and sports between the levels of government in order to establish their compliance with the goals of the state policy in the field of physical culture and sports.

Keywords: physical culture, the subject of physical culture management, the strategy of sports development, the structure of management bodies, the powers of management bodies.

Одним из современных направлений развития государственной политики Российской Федерации является совершенствование физической культуры и спорта. Под физической культурой понимается процесс и результат человеческой деятельности, средство и способ физического совершенствования личности [2]. В широком понимании спорт предстает весьма непростым многофункциональным и многообразным явлением социальной реальности, занимающим незаурядное место в физической и духовной культуре общества [1]. Основная задача государства в этом направлении – это создание благоприятных условий и привлечение граждан к здоровому образу жизни, профилактике заболеваний и повышению физического иммунитету населения. Государственное управление в области физической культуры и спорта нацелено на создание оптимальных отраслей и моделей, в рамках которых будет осуществляться распределение и согласованность компетенции и полномочий, функций и ответственности всех субъектов, находящихся в сфере спорта на всех уровнях государствен-

ного и муниципального управления. Благодаря чему население будет иметь возможность использовать спортивные объекты инфраструктуры, повышать уровень физической подготовки и поддерживать здоровый образ жизни. Поэтому изучение состояния, пути совершенствования системы управления физической культурой и спорта в РФ, а также реализация полномочий в структуре органов власти, направленных на поддержание здорового образа жизни населения, является актуальной и значимой проблемой.

Система управления физической культурой и спортом, как и любая система, состоит из субъекта и объекта управления. В качестве субъекта выступает государственный орган. В зависимости от уровня различают федеральный, региональный и местный. Объектом системы управления являются физкультурно-спортивные организации.

На основании статьи 17 пункта 4 Федерального закона «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации и на основании статьи 37 пункта 8 131 ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» структура органов исполнительной власти субъекта РФ и муниципального образования определяется высшим должностным лицом этого субъекта и муниципального образования.

Для обеспечения здорового населения Правительство РФ в соответствии с поручениями Президента разрабатывает программу (стратегию) развития спорта на конкретный период. Большую роль в программе занимают механизмы реализации, ответственность за которые несут органы власти, представленные на рисунке 1.



Рис. 1. Органы власти, осуществляющие стратегию развития физической культуры и спорта

Главным федеральным органом исполнительной власти, ставящим и реализующим задачи государственной политики в области физической культуры и спорта, является Министерство спорта России.

К полномочиям Министерства спорта России относятся:

- включение в Правительство России проектов нормативно-правовых актов по вопросам, связанных с физической культурой и спортом;
- самостоятельное принятие нормативных документов в пределах своей компетенции;
- утверждение и согласование решений по реализации на территории страны международных спортивных мероприятий;
- определение основной тактики пропаганды спорта, ЗОЖ, массовой физической культуры, Реализация системы государственного приобретения необходимого имущества для целей спорта и физической культуры;

- организация вебинаров, собраний, слушаний и иных мероприятий в пределах своей компетенции;
- эффективное использование государственного имущества в целях совершенствования спорта и физической культуры;
- обнародование практики применения законодательства и осуществление анализа реализации государственной политики в сфере спорта и физической культуры и так далее.

Ответственность за деятельность, несет Министр спорта, который осуществляет возложенные на него полномочия и выполняет политику государства в области спорта и здорового образа жизни.

Развитие спорта на региональном уровне осуществляет орган исполнительной власти субъекта РФ. На примере Рязанской области полномочия в сфере спорта осуществляет Министерство физической культуры и спорта по Рязанской области. Министерство организует свою деятельность как непосредственно, так и во взаимодействии с федеральными органами исполнительной власти, другими центральными и территориальными исполнительными органами государственной власти Рязанской области, органами местного самоуправления муниципальных образований Рязанской области, организациями независимо от формы собственности и организационно-правовой формы [3]. Минспорт Рязанской области осуществляет ряд полномочий, направленных на улучшение данных статистики по спортивным показателям региона, развитие и создание спортивных объектов области, организация спортивных мероприятий и состязаний. Данных полномочий свыше 35 пунктов, одним из наиболее важных для формирования здоровой крепкой нации на территории региона является пропаганда физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

Таким образом, данное Министерство направлено на осуществление государственной политики по обеспечению прав граждан на свободный доступ к объектам физической культуры, которые необходимы для успешного развития нравственных, интеллектуальных и физических способностей личности.

На местном уровне полномочия в сфере спорта осуществляет исполнительно-распорядительный орган муниципального образования, который имеет вид департамента, или ведомства, или управления, или комитета. Такая неопределенная форма связана с историческим развитием муниципальной власти на конкретной территории. Ответственность, за выполнение муниципальной программы по поддержанию и развитию спорта, несет глава исполнительно-распорядительного органа муниципального образования в области физической культуры.

К полномочиям относятся:

1. Популяризация здорового образа жизни и занятий спорта среди граждан.
2. Создание условий для реализации на территории городского округа физической культуры, школьного спорта и массового спорта.
3. Обеспечение проведения официальных физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий на территории городского округа.

Так, например, существует проблема успешного проведения спортивных мероприятий, их массовости, популярности и безопасности. Муниципальные органы исполнительной власти в области спорта проводят спортивные события, которые не выходят за пределы муниципалитета. Они проводятся за счет средств местной спортивной организации с возможностью поддержки местного бюджета. Такими мероприятиями являются «Чемпионат по баскетболу среди школ города Рязани», «Турнир в память героев труда Клепиковского района по хоккею с шайбой». На региональном уровне спортивные мероприятия могут затрагивать несколько муниципалитетов. Ответственность за проведение и безопасность мероприятия несет региональное Министерство спорта. Бюджет проведения соревнований может формироваться как на региональном бюджете, так и на консолидированном бюджете муниципалитетов, входящих в этот чемпионат. Примером может служить первенство Рязанской области по хоккею с шайбой. Самые масштабные и высокобюджетные мероприятия проводятся ис-

ключительно на федеральном уровне. Министерство спорта РФ взаимодействует не только с регионами и муниципалитетами, но и с другими государствами, с независимыми международными агентствами. План проведения соревнований согласовывается со всеми участниками. Примером таких мероприятий может быть «Чемпионат мира по боксу среди юношей», «XXII зимние олимпийские игры в Сочи 2014 года» и так далее.

Таким образом, система управления физической культурой и спортом подразумевает способность органов государственной власти за счет активного использования полномочий обеспечить достижение поставленных целей, способствовать росту эффективности организаций физической культуры и спорта. Компетенции органов исполнительной власти РФ, исполнительной власти субъектов РФ и муниципальных образований в сфере физической культуры и спорта определяются в соответствии с федеральными законами, законами субъекта РФ и нормативно-правовыми актами муниципального образования. Система управления спортом России на протяжении существования российского государства активно развивается и успешно функционирует.

Библиографический список

1. Матвеев, Л. П. Общая теория спорта и ее прикладные аспекты: учебник для вузов физической культуры и спорта / Л. П. Матвеев. — 7-е изд. — Москва: Издательство «Спорт», 2020. — 344 с.
2. В.И. Павлов, С.Г. Калмыков «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ» Саратов 2017г. - 4с
3. Сайт Министерства спорта Рязанской области [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://minsport.ryazangov.ru/department/> (дата обращения: 15.02.2021)

УДК 353.2; ГРНТИ 06.61.33

АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРИМЕРЕ РЯЗАНСКОГО РЕГИОНА

Е.А. Семина, О.Ю. Горбова

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, semina.ekaterinaa@yandex.ru*

Аннотация. Рассмотрены направления и инструменты реализации молодежной политики в Рязанской области. Проведен анализ их результатов и эффективности.

Ключевые слова: молодежная политика, молодежные организации, программы развития молодежной политики.

ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF YOUTH POLICY ON THE EXAMPLE OF THE RYAZAN REGION

E.A. Semina, O.Y. Gorbova

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin, Ryazan,
Russian Federation, semina.ekaterinaa@yandex.ru*

Abstract. The directions and tools of implementation of youth policy in the Ryazan region are considered.. The analysis of their results and effectiveness is carried out

Keywords: youth policy, youth organizations, youth policy development programs.

Одной из современных тенденций развития России является включение молодежи в различные процессы государственного и муниципального управления. В регионах созданы и функционируют молодежные парламенты, молодежные советы, молодежные администрации, разрабатываются и реализуются программы развития молодежной политики различного уровня. Все эти процессы на данный момент разрозненны и не носят системного характера. Поэтому в данной статье сделана попытка обобщить все направления и мероприятия молодежной политики на примере Рязанского региона.

В последние несколько лет мы можем наблюдать отсутствие механизмов эффективного взаимодействия молодежи с властью, что ведет к росту протестных настроений у первых.

Так в отчете агентства социальной информации сравниваются настроения молодежи в 2017 и 2019 годах. Мы видим, что за исследуемый период произошел рост протестных настроений с 17% до 23%, что говорит об увеличении численности людей, поддерживающих митинги [1].

Основной мотив связан со стремлением молодежи продемонстрировать власти наличие проблем и дефицитом эффективных каналов коммуникации между властью и обществом. В большинстве своем молодые люди больше не знают, как достучаться до государства.

В Рязанском регионе к мерам по работе с молодежью можно отнести следующие направления:

1. Функционирование молодежных сообществ при региональных органах власти (Молодежный парламент при Рязанской областной Думе, Молодежное правительство Рязанской области)
2. Проведение открытых стажировок в органах государственного и муниципального управления, гранты губернатора Рязанской области, премии, конкурсы и т.д.
3. Развитие различных волонтерских движений.
4. Реализация государственных и муниципальных программ в области молодежной политики.

Молодежный парламент при Рязанской областной Думе - это совещательный орган при региональном законодательном собрании по вопросам государственной молодежной политики. Состоит из 40 членов в возрасте от 18 до 35 лет, избираемых сроком на 5 лет. Основная деятельность этой организации заключается в участии парламентариев в законотворческом процессе, сборе и представлении аналитической информации, взаимодействии с другими молодежными организациями и т.д. Рассмотрение положения о деятельности Молодежного парламента [2] позволяет сделать вывод о том, что перечень полномочий парламента достаточно узкий, собственных решений данный парламент не принимает, а существует в виде общественного совета при органе власти. В случае Молодежного правительства Рязанской области возникает аналогичная ситуация. Все решения, принятые на заседаниях, носят рекомендательный характер.

В части перечисленных структур можно отметить положительные тенденции их функционирования для молодежи. В частности, именно Молодежным правительством запущен проект стажировки в органах государственной власти, делаются попытки реализации и других мероприятий. Например, за последние несколько лет были реализованы значимые социальные проекты:

- «Проектный лидер»,
- «Открытые стажировки в центральных исполнительных органах власти Рязанской области»,
- проект «Дружина 21 века», направленный на выявление студентами в сети Интернет незаконного контента.

На XII Всероссийском съезде Ассоциации молодежных правительств в Красноярске молодежное правительство Рязанской области вошло в десятку «Сильных молодежных правительств Российской Федерации за 2020 год».

В регионе осуществляется практика выдачи грантов Губернатора Рязанской области на реализацию молодежных проектов, которые впервые были выданы в конце 2019 года. Данный проект оказывает поддержку молодёжным и общественным инициативам. Дает им возможность реализовать свой проект на территории Рязанской области.

Программы открытых стажировок в исполнительных органах государственной власти Рязанской области, реализуемые с 2017 году, позволяют ознакомиться с работой государственных и муниципальных структур изнутри, освоить процессы принятия решений, поучаствовать в реализации функций органа власти.

Одной из целей программы "Развитие образования и молодежной политики", которая была утверждена Правительством Рязанской области, является создание условий для разви-

тия, социализации и самореализации молодежи. Для реализации поставленной цели выделено 4 задачи:

1. Обеспечение эффективной социализации и вовлечения молодежи в активную общественную деятельность;
2. Создание условий для проявления и развития инновационного потенциала молодых людей, поддержка талантливой молодежи;
3. Информирование о реализации государственной молодежной политики;
4. Реализация регионального проекта "Социальная активность (Рязанская область)", направленного на достижение результатов федерального проекта "Социальная активность".

Для программы по созданию условий для развития, социализации и самореализации молодежи денежные средства из федерального бюджета выделяются лишь на проведение Всероссийского конкурса лучших региональных практик поддержки волонтерства "Регион добрых дел" в размере 8 355,10 тыс. рублей. Остальные мероприятия реализуются за счет регионального бюджета. При этом наибольшее количество средств из областного бюджета выделяется на информирование о реализации государственной молодежной политики в размере 4 439,67 тыс. рублей.

Несмотря на то, что программа реализуется с 2014 г., периодически претерпевая изменения и корректировки, на официальных сайтах министерств нет никакой информации о реализации мероприятий программы. На наш взгляд, реализация любых государственных программ должна оцениваться по единой методике. При этом должен обеспечиваться доступ к результатам этой оценки для населения. В условиях отсутствия прозрачных результатов реализации программ доверие населения, в том числе и молодежи, к таким программам существенно снижается.

Еще один способ как наладить взаимоотношение между молодежью и государством – это создание новых форматов диалога с использованием популярных у молодых людей каналов коммуникации (социальные сети, мессенджеры и youtube каналы) и формированием новых стандартов общения с молодежью на понятном ей языке. Новые форматы должны учитывать потребность современной молодежи не только высказаться, но и принимать участие в определении стратегии развития страны и решения насущных проблем. Главным рычагом для формирования эффективной коммуникации с современной молодежью является максимальная открытость.

Проведенный анализ показал, что все инструменты, существующие на территории Рязанского региона в области общения и поддержки молодежи, сформированы. Однако для их эффективного функционирования необходимы прозрачные механизмы, на данный момент, находящиеся в стадии своего становления.

Библиографический список

1. Измерение показателей, характеризующих уровень личностного развития молодежи, влияние и степень оценки заботы государства о молодежи. Отчет ООО «АСИ Санкт-Петербург» по Госконтракту №04-ЭК-ГМП/19 от 05.07.2019. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://db.rgub.ru/youthpolicy/sngrf/Izmerenie_pokazat_2019_Prezent_dokl.pdf
2. Положение о молодежном парламенте при Рязанской областной думе, утв. Постановлением Рязанской областной Думы от 29 августа 2012 г. N 320-V РОД [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://molparlament.ru/?page_id=111
3. Постановление губернатора Рязанской области от 30 ноября 2012 года N 85-пг «О молодежном правительстве Рязанской области» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://molprav62.ru/pages/2/>

УДК 35.082; ГРНТИ 06.56.59

ПРОБЛЕМЫ ПРЕСТИЖА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Е.Е. Нефедова*, К.С. Гришаев**

*Рязанский государственный радиотехнический университет им. В.Ф. Уткина,
Рязань, Россия, *nefedova.e.e@rsreu.ru, **serzh.grischaew@yandex.ru*

Аннотация. Государственная служба как инструмент обеспечения государственного управления. Эффективное функционирование государственного управления. Проблемы престижа государственной службы. Ухудшение квалификационной структуры кадров. Материальная и моральная мотивация госслужащих.

Ключевые слова: государственная служба, престиж, мотивация

PROBLEMS OF PUBLIC SERVICE PRESTIGE AND WAYS TO SOLVE THEM

E.E. Nefedova*, K.S. Grishaev**

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin,
Ryazan, Russia; *nefedova.e.e@rsreu.ru, **serzh.grischaew@yandex.ru*

Abstract. Public service as a tool for ensuring public administration. Effective functioning of public administration. The problem of prestige of the civil service. Deterioration of the qualification structure of personnel. Material and moral motivation of civil servants.

Keywords: public service, prestige, motivation

Государственная служба представляет собой один из важнейших инструментов обеспечения механизма государственного управления, который призван обеспечивать эффективное функционирование государственного аппарата.

Государственные служащие осуществляют трудовую деятельность в рамках четко определенных процессов, регламентированных законодательством, подтвержденную жесткими рамками и контролем, подчиненную букве закона. Государственные служащие призваны обеспечивать эффективность государственного управления, путем повышения производительности своего труда, связанную с экономическим ростом и благосостоянием страны в целом, формировать и укреплять имидж государственной власти.

В настоящее время сфера регулирования труда государственных служащих характеризуется рядом проблем, которые не только снижают качество труда, но и престиж государственной службы в целом. Основной проблемой государственной службы, по мнению авторов, является ухудшение имиджа и снижение престижности труда государственной службы. Эта проблема стала следствием иных проблем, таких как:

1. высокие профессиональные и около профессиональные требования;
2. низкий, в сравнении с коммерческой сферой, уровень оплаты труда;
3. сложности в построении карьеры государственного гражданского служащего;
4. ухудшение квалификационной и возрастной структуры кадров;
5. формальное отношение к выполнению работы.

Проблемы, повлиявшие на снижение престижа государственной службы и ухудшению имиджа госслужащего, не новы и проявляются вновь и вновь, не смотря на проводимые в этой сфере реформы. Оплата труда служащего государственного сектора регламентируется Федеральным законом от 27.07.2004 №79-ФЗ (ред.от 08.12.2020) «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ.в силу с 01.01.2021). Основные элементы оплаты труда государственного служащего [5] представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Элементы, формирующие заработную плату государственного гражданского служащего

Несмотря на детальную проработку системы оплаты труда госслужащих получается, что основным фактором, воздействующим на размер оплаты труда, является выслуга лет. Это означает, что заработную плату, сопоставимую с заработной платой в коммерческом секторе, получают сотрудники, занимающие должности, относящиеся к ведущим группам и выше, а также имеющие стаж работы в госслужбе не менее 5 лет. Труд молодых сотрудников, только пришедших на государственную службу низкооплачиваем. Многие из них, сопоставив ожидаемый размер зарплаты в государственном секторе с размером зарплаты в коммерческой сфере, принимают решение в пользу бизнеса, тем самым снижается престижность госслужбы для молодежи. Молодые кадры практически не приходят на государственную службу, тем самым порождая ухудшение возрастной и квалификационной структуры кадров [3].

Наличие высоких профессиональных и около профессиональных требований, предъявляемых к государственным служащим, объясняется тем, что выполняя свои обязанности, служащий должен проявлять профессионализм, добросовестность, компетентность и честность в работе. Ведь именно бюрократизм в работе, приоритетность собственных интересов над интересами граждан, халатное выполнение должностных обязанностей в значительной степени ухудшило имидж госслужащего.

Сложность построения карьеры молодому специалисту на государственной службе связана не столько профессиональными трудностями, сколько с отсутствием доступной информации о том, как стать сотрудником госаппарата. Вопросы возникают очень много – от особенностей образования до наличия опыта. Так же недостаточно информации о том, как происходит поиск и отбор на вакантные позиции новых сотрудников. За годы существования гражданской службы у населения сложилось устойчивое мнение о том, что попасть в государственную структуру можно только, имея серьезную протекцию и поддержку. Это означает, что молодые специалисты, выпускники вузов, студенты отдают предпочтение работе в коммерческих структурах.

Следствием описанных проблем, как уже было отмечено ранее, является ухудшение имиджа и снижение престижа государственной службы

Престиж государственной службы очень важен, поскольку является основным показателем эффективности и прочности государственной власти. Именно работа государственного служащего способствует формированию доверия и уважения со стороны населения.

«Престиж государственной службы – необходимое условие повышения роли всего государственного управления, так как государственная служба рассматривается как его часть, связанная с реализацией целей, задач и функций государства; как деятельность по выполнению в пределах полномочий прерогатив государственной власти и управления [2].

Большое внимание уделено теме потери престижа госслужбы в трудах российских и зарубежных авторов. Основываясь на результатах исследований привлекательности государственной службы, следует отметить, что основными факторами привлекательности являются стабильное положение служащего, наличие социальных гарантий и получение профессионального опыта. Результаты исследования привлекательности государственной службы [4], представлены в таблице 1.

Таблица 1. Факторы привлекательности государственной службы

Факторы	Значение показателя, %
Стабильность положения	90
Социальные гарантии	70
Получение профессионального опыта	60
Управленческий характер труда	40
Желание приносить пользу обществу	30
Престижность, как мотив поступления на государственную гражданскую службу	12

Результаты исследования факторов, снижающих привлекательность государственной службы [4], представлены в таблице 2.

Таблица 2. Факторы, снижающие привлекательность государственной службы

Факторы	Значение показателя, %
Низкий уровень оплаты труда	90
Отсутствие перспектив должностного роста	80
Сложная психологическая обстановка	60
Сверхурочные нагрузки, жесткий график	40
Отсутствие четких критериев оценки результатов деятельности	23
Отсутствие ощутимых результатов работы	19

Повышение престижа государственной службы и формирование положительного имиджа госслужащего улучшит отношение к государственной власти в целом и привлечет профессиональные кадры. Позволит своевременно обновлять кадровую структуру сотрудниками, отвечающими современным требованиям, творческим, мыслящим, способным проявлять инициативу и принимать на себя ответственность за принятые решения. Работы по решению проблем кадров государственной власти уже проводятся. Они направлены на проведение встреч представителей государственной власти со студентами, проводятся конференции и круглые столы на темы, связанные с государственной службой. Средства массовой информации очень активно занимаются освещением негативной стороны работы государственных чиновников, придавая гласности их ошибки и нарушения. К сожалению, успехам и достижениям государственных служащих уделяется мало внимания. В результате создается впечатление, что государственная служба работает не эффективно и не качественно. Следует заниматься активной пропагандой реальных историй о людях, добросовестно исполняющих свои обязанности и совершивших достойные общественного уважения и признания поступки, а так же сообщать о поощрении таких лиц [1]. На практике началась реализация кадровых технологий, позволяющих заниматься индивидуальным кадровым развитием служащего. Результаты этих мероприятий отражаются и на повышении престижа государственной службы.

Повышение заработной платы государственных служащих, как показала практика, не привело повышению престижа госслужбы, так как интерес к госслужбе можно побудить показав ее социальную привлекательность. Сделать это можно за счет введения дополнительных социальных гарантий и мотивации сотрудников. Система мотивации гражданских служащих не имеет четкого определения субъекта мотивации, самой мотивации труда, не имеет четкой классификации видов мотивации. Если система материального стимулирования, включающая в себя: оплату труда, социальные выплаты и льготы, достаточно понятно сформулирована и нашла свое применение, то о системе нематериального стимулирования так сказать нельзя. Система нематериального стимулирования должна заключаться в гарантированной занятости, возможности повышения квалификации, должностном продвижении служащего, предоставлении некоторой самостоятельности в выполнении заданий, участии в принятии решений на более высоких уровнях управления.

Применение в отношении государственных служащих материальной и нематериальной мотивации приведет к обеспечению качественной работы подразделений государственной служб, позволит привлечь и удержать профессиональных сотрудников и повысит удовлетворенность государственных служащих своей профессиональной деятельностью, коллективом и государственным органом как работодателем.

Мотивация государственных служащих даст, безусловно, не быстрый, но однозначно положительный результат, стимулирует служащих к эффективному, результативному и добросовестному исполнению своих обязанностей, позволит повысить престиж государственной службы и в глазах сотрудников и населения.

Библиографический список

1. Алимгафарова А.Р. Повышение престижа и социальной привлекательности государственной гражданской службы в российском обществе. – «Молодой ученый», № 1 (105), 2016
2. Атаманчук Г.В. Сущность государственной службы. – М., 2003.
3. Тищенко Е.Н. Состав и соотношение стимулирующих элементов оплаты труда государственных служащих в Российской Федерации и зарубежных странах. – Вопросы государственного и муниципального управления, № 4, 2012
4. Хазиев А.О. Особенности системы мотивации государственных служащих. – «Молодой ученый», № 47 (285), 2019 г.
5. Федеральный закон "О государственной гражданской службе Российской Федерации" от 27.07.2004 N 79-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/

УДК 332.1; ГРНТИ 06.61.33

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА НА ПРИМЕРЕ КЛЕПИКОВСКОГО РАЙОНА РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

С.В. Перфильев*, О.И. Кузнецова**

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань,*

** perfilev.c.v@rsreu.ru, ** olgaikuznetsova@yandex.ru*

Аннотация. В данной работе рассматривается вопрос оценки развития конкуренции на территории муниципального района. Проведен анализ развития конкуренции на территории Клепиковского района Рязанской области.

Ключевые слова: мониторинг конкуренции, развитие конкуренции, Клепиковский район Рязанской области.

THE EVALUATION OF THE COMPETITION DEVELOPMENT ON THE MUNICIPAL DISTRICT TERRITORY ON THE EXAMPLE OF THE KLEPIKOVSKY DISTRICT OF THE RYAZAN REGION

S.V. Perfiliev *, O. I. Kuznetsova **

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russian Federation, Ryazan,*

** perfilev.c.v@rsreu.ru, ** olgaikuznetsova@yandex.ru*

Annotation. This article examines the issue of the evaluation the competition development on the territory of the municipal district. The analysis of the competition development on the territory of the Klepikovsky district of the Ryazan region is carried out.

Keywords: competition monitoring, competition development, Klepikovsky district of Ryazan region.

Развитие конкуренции является важным условием для формирования конкурсной среды на территории региона, повышения качества, ассортимента и доступности товаров, работ, услуг. В настоящее время Правительство Российской Федерации установило стандарт развития конкуренции в субъектах РФ [1]. Данный стандарт устанавливает единый подход к деятельности органов власти по созданию условий по развитию конкуренции на территории субъекта РФ. Утвержденный стандарт также направлен на поддержку и защиту субъектов малого и среднего предпринимательства, а также содействует устранению административных барьеров. В Рязанской области эти полномочия возложены на Министерство промышленности и экономического развития Рязанской области [2,3].

Для оценки эффективности развития конкуренции с 2016 года и по настоящее время Министерство промышленности и экономического развития Рязанской области проводит мониторинг, в ходе которого потребители услуг и предприниматели оценивают уровень конкуренции, в том числе и на территории отдельных муниципальных образований.

Методические основы измерения уровня конкуренции на рынках Рязанской области более подробно рассматриваются в [4]. В данной статье проведем оценку результатов развития конкуренции на территории муниципального района на примере Клепиковского района.

Вопросы анкет сформулированы отдельно для потребителей услуг и представителей бизнес-сообщества. Анкетирование для представителей бизнеса проводится с целью выяснения их восприятия конкуренции относительно рынка, на котором строится их основная сфера деятельности.

В рамках оценки развития конкуренции анализ проводится по следующим направлениям:

- 1) оценки общего уровня конкуренции на основном для бизнеса рынке;
- 2) количества конкурентов у предприятия;
- 3) изменения числа конкурентов на основном для бизнеса рынке;

- 4) причин изменения числа конкурентов на основном для бизнеса рынке;
- 5) оценки уровня конкуренции по отдельным рынкам (выделено 23 вида);
- 6) мер, которые бизнес предпринимал в целях повышения конкурентоспособности своей продукции, работ, услуг за последние три года;
- 7) оценки влияния административных барьеров на бизнес;
- 8) оценки преодолемости административных барьеров;
- 9) оценки изменения уровня административных барьеров;
- 10) оценка деятельности органов власти на основном рынке работы представителей бизнеса;
- 11) оценки бизнесом дискриминационных условий;
- 12) оценки обращений предпринимателей за защитой своих прав в надзорные органы;
- 13) оценки общих условий ведения предпринимательской деятельности;
- 14) оценки направлений работы по развитию конкуренции.

В таблице 1 представлены результаты оценки общего уровня конкуренции на основном для бизнеса рынке 2016-2020 гг. По итогам опроса 2020 года большая часть респондентов-представителей бизнеса определяют конкуренцию как умеренную и высокую (77% опрошенных предпринимателей Клепиковского района в 2020 г.).

Таблица 1. Оценка общего уровня конкуренции в Клепиковском районе на основном для бизнеса рынке за 2016-2020 гг., %.

Уровень конкуренции	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Очень высокая конкуренция	17	1	0	10	8
Высокая конкуренция	17	1	0	7	27
Умеренная конкуренция	49	91	76	36	50
Слабая конкуренция	17	6	3	12	8
Нет конкуренции	0	0	0	2	8
Затрудняюсь ответить	0	0	21	33	0

За период с 2016 г. по 2020 г. уменьшилось число респондентов, отмечающих наличие слабой и очень высокой конкуренции на рынке с 17% в 2016 г. до 8% в 2020 г. и увеличилось число тех, кто отмечает наличие высокой конкуренции с 17% в 2016 г. до 27% в 2020 г. Полученные данные коррелируют и с оценкой опрашиваемых по количеству имеющихся у них конкурентов. В 2020 г. 38% опрашиваемых предпринимателей Клепиковского района считали, что число конкурентов у них более 8. Значительных изменений числа конкурентов на рынке в течение 2020 года не произошло: 46% респондентов отметили, что количество конкурентов не изменилось, 31% ответили, что увеличилось на 1-3 конкурента. Анализ причин того, по которым бизнес считает, что произошло изменение конкурентов в 2020 году, был связан с появлением (уходом с рынка) преимущественно российских участников, что указало 27% респондентов.

Наименьший уровень конкуренции респонденты отмечают на следующих рынках: племенного животноводства, семеноводства, вылова водных биоресурсов, переработки водных биоресурсов, товарной аквакультуры, производства кирпича, производства бетона, наружной рекламы. Высокий уровень конкуренция отмечен на следующих рынках: реализации сельскохозяйственной продукции и рынок обработки древесины и производства изделий из дерева. На остальных рынках респонденты оценили конкуренцию как умеренную.

Анализ мер, которые бизнес предпринимал в целях повышения конкурентоспособности своей продукции, работ, услуг за последние три года, показал, что основными мероприятиями выступили: приобретение технического оборудования, проведение обучения и переподготовку персонала, маркетинговые стратегии.

В качестве основных административных барьеров в 2020 г. предприниматели Клепиковского района выделили следующие: высокие налоги (24% опрошенных), нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (13% опрошенных), необходимость установления партнерских отношений с органами власти, сложность получения доступа к земельным участкам, сложность/затянутость процедуры получения лицензий (11% опрошенных).

Оценка преодолемости административных барьеров со стороны бизнес-сообщества Клепиковского района имеет положительную динамику в 2020 году: 42% респондентов ответили, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат, 38% ответивших считают, что административных барьеров нет.

Оценки изменения уровня административных барьеров показала, что 35% опрошенных считает, что уровень и количество административных барьеров не изменились, а также 31% респондентов считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше.

Большинство респондентов дают положительную оценку деятельности органов власти по развитию конкуренции на территории Клепиковского района (54% опрошенных скорее удовлетворены и 35% - удовлетворены). Большая часть респондентов не сталкивалась с дискриминационными условиями (77% опрошенных). 12 % респондентов - сталкивались с ценовой дискриминацией.

В 2020 г. большая часть респондентов (96% ответов) указали, что не обращались за защитой своих прав, 4% опрошенных обращались за защитой своих прав и частично удалось отстоять свои права.

Общая оценка бизнесом условий ведения предпринимательской деятельности в Клепиковском районе приведена в таблице 2. Бизнес положительно оценивает условия ведения предпринимательской деятельности (78% опрошенных удовлетворены). По сравнению с 2019 г. в 2020 г. в общей сложности значительно увеличилось (на 54%) число респондентов, которые оценивают общие условия ведения предпринимательской деятельности как очень хорошие и хорошие.

Таблица 2. Оценка общих условий ведения предпринимательской, %

Условия	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Очень хорошие	0	0	0	2	8
Хорошие	37	59	0	14	62
Удовлетворительные	33	37	84	36	8
Неудовлетворительные	30	1	3	14	8
Затрудняюсь ответить	0	3	13	33	15

По мнению предпринимателей основная работа по развитию конкуренции в Рязанской области должна быть направлена на контроль над ростом цен (21%), обеспечение качества продукции (18%), обеспечение того, чтобы конкуренция была добросовестной (13%), создание условий для увеличения юридических и физических лиц (ИП), продающих товары или услуги (9%), помощь начинающим предпринимателям (8%), обеспечение того, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке (7%), создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции (7%).

Исследование мнения населения по развитию конкуренции организовано применительно к отдельным рынкам. Министерство промышленности и экономического развития Рязанской области и Правительства Рязанской области выделили 22 рынка. Применительно к каждому из них в ходе опроса выясняются отдельные параметры конкуренции:

- 1) количество организаций, предоставляющих товары, работы и услуги;

- 2) характеристики продукции: уровень цен, качество;
- 3) возможность выбора потребителем поставщиков товаров, работ, услуг.

Относительно количества организаций в 2020 г. на территории Клепиковского района получены следующие результаты: избыточное количество организаций потребители отмечают на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями. Достаточное количество организаций на следующих рынках услуг дошкольного образования, услуг общего образования, социальных услуг, ритуальных услуг, теплоснабжения (производства тепловой энергии), услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, поставка сжиженного газа в баллонах, оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок, оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси, оказания услуг по ремонту автотранспортных средств, услуг связи, в том числе услуг по предоставлению доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», реализации сельскохозяйственной продукции, нефтепродуктов. Самая низкая конкуренция отмечается на рынке услуг детского отдыха и оздоровления, рынке медицинских услуг, услуг среднего профессионального образования, выполнения работ по благоустройству городской среды.

Относительно характеристик продукции в 2020 г. на территории Клепиковского района получены следующие результаты: наиболее удовлетворены ценами на рынке теплоснабжения (производства тепловой энергии), рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», рынке реализации сельскохозяйственной продукции. Качеством услуг наиболее удовлетворены на рынке услуг дошкольного и общего образования и рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями. Неудовлетворенность потребителей ценами отмечается на рынке медицинских услуг и нефтепродуктов. Качеством услуг неудовлетворены на рынке медицинских услуг.

Относительно возможности выбора товаров, работ, услуг и продукции в 2020 г. на территории Клепиковского района получены следующие результаты: наибольший процент удовлетворены на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями, дошкольного образования и рынке реализации сельскохозяйственной продукции. Наименее удовлетворены возможностью выбора на рынке медицинских услуг.

Таким образом, проведенный анализ дает возможность увидеть результаты развития конкуренции, оценку деятельности органов власти на отдельных рынках как со стороны предпринимательского сообщества, так и со стороны населения муниципального района, определить направления приложения усилий по совершенствованию предпринимательской среды. Анализ результатов развития конкуренции в Клепиковском районе показал положительную динамику и положительную оценку деятельности органов власти. Вместе с тем, выявлены рынки, особо требующие своего внимания (в частности, это рынок медицинских услуг).

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2019 г. № 768-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации».
2. Распоряжение Губернатора Рязанской области от 22 августа 2019 г. № 414-рг. «Об осуществлении внедрения в Рязанской области стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации».
3. Постановление Правительства Рязанской области от 29.10.2019 N 329 «Об утверждении Положения о министерстве промышленности и экономического развития Рязанской области».
4. Горбова О.Ю., Перфильев С.В. Методические основы измерения уровня конкуренции на рынках Рязанской области // Экономика и предпринимательство. 2020. № 8 (121). С. 416-420.

УДК 365 (075.8); ГРНТИ 06.71.51

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ БЛАГОУСТРОЙСТВОМ ГОРОДА: ОПЫТ ОРЕХОВО-ЗУЕВО

А.О. Савельева

*Финансовый Университет при Правительстве РФ,
Российская Федерация, Москва, salexa1997@mail.ru*

Аннотация. В работе рассматривается опыт г. Орехово-Зуево в управлении благоустройством территории, основанный на привлечении общественности к определению объектов благоустройства, разработке и реализации программ благоустройства территории.

Ключевые слова: муниципальное управление, городская среда, благоустройство, управление благоустройством.

IMPROVING THE MANAGEMENT OF THE CITY'S BEAUTIFICATION: THE EXPERIENCE OF OREHOVO-ZUEVO

A.O. Saveleva

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Russia, Moscow, salexa1997@mail.ru*

The summary. The work examines the experience of the city of Orekhovo-zuevo in the management of landscaping of the territory, based on the involvement of the public in the identification of facilities of well-being, the development and implementation of programs to improve the territory.

Keywords: municipal administration, urban environment, landscaping, management of landscaping.

Благоустройство является главной составляющей для формирования комфорта, эстетики и функциональной привлекательности городской среды, благодаря ему создаются условия не только для комфортной, здоровой жизни одного человека, но и для всех жителей города, района, квартала, микрорайона. Роль благоустройства также проявляется в создании возможностей для более полной реализации потенциала развития экономического пространства, что способствует снижению неоднородности, выравниванию отдельных территорий по уровню социально-экономического развития, а, следовательно, вопросы управления благоустройством актуальны как для отдельной территории (города), так и региона, страны в целом [3].

Вопросы совершенствования управления благоустройством территории являются предметом рассмотрения научным сообществом и практиками уже длительное время [4; 5], вместе с тем отсутствуют универсальные способы, методы, позволяющие одномоментно решить все проблемы территории. В этой связи целесообразно использовать опыт похожих муниципальных образований, имеющих сопоставимые проблемы, что позволит избежать отдельных ошибок, привнесет новые практики в решение уже традиционных проблем.

Благоустройство территории традиционно рассматривается как комплекс предусмотренных правилами благоустройства территории мероприятий по содержанию территории, а также по проектированию и размещению объектов благоустройства, направленных на обеспечение и повышение комфортности условий проживания граждан, поддержание и улучшение санитарного и эстетического состояния территории [2].

Среди общих проблем благоустройства следует выделить отсутствие или низкое развитие конкурентной среды и неэффективная система управления благоустройством, нехватку денежных средств на поддержание и развитие благоустройства. Аналогичные проблемы наблюдаются в городском округе Орехово-Зуево.

Орехово-Зуево – это промышленный город с численностью жителей чуть больше 118 тыс. чел. В городе расположены крупные промышленные предприятия, такие как научно-производственный оборонный завод «Респиратор», предприятие по производству смол ООО

«Метадинеа», компания по литью пластмасс ООО «ПКФ ТОПАЗ» и некоторые другие. Город имеет разветвленную сеть автомобильных дорог, что позволяет быстро доставлять грузы, как по территории Московской области, так и за ее пределы.

Анализ показал, что проблемами благоустройства в городе следует считать: наличие неухоженной территории, отсутствие функционального наполнения территории; недостаточную ширину тротуаров; наличие заброшенных зданий; хаотичную парковку; неудовлетворительное состояние покрытий; высокий уровень изношенности и неправильная эксплуатация объектов. Многие участки дорог, придомовая территория нуждаются в срочном ремонте и реконструкции. Требуется облагораживание садов, парков, газонов, клумб; необходима уборка и восстановление зон отдыха населения (водоемы, пляжи), т.к. санитарная обстановка и качество воды в городе ухудшается. Хотя на протяжении последних лет на территории городского округа Орехово-Зуево проводились мероприятия по благоустройству дворов и зон общественного отдыха граждан, тем не менее, на данный момент более 60% дворовых территорий в городском округе не отвечает современным условиям к местам проживания горожан, опираясь на нормы Градостроительного и Жилищного кодексов Российской Федерации. За последние десять лет быстро возросло число личного автотранспорта, что привело к недостатку парковочных мест на придомовых территориях. При отсутствии специально обустроенных парковок для автомобилей, это приводит к использованию зеленых зон для стоянки транспорта, что недопустимо.

В городе сложилась система управления благоустройством [1]. Основным органом управления выступает Департамент городского хозяйства, который находится в непосредственном ведении заместителя главы администрации городского округа по управлению жилищно-коммунальным хозяйством. Среди задач Департамента следует отметить: выполнение исполнительно-распорядительных функций в пределах своей компетенции, разработку стратегических и программных документов по реализации и развитию благоустройства города, осуществление мониторинга деятельности по благоустройству, организация взаимодействия власти и населения по вопросам благоустройства территории и другие.

В функции Департамента городского хозяйства в сфере благоустройства, дорожного хозяйства и территориального управления входят: разработка проектов, строительство, содержание и капитальный ремонт местных автомобильных дорог; осуществление благоустройства и посадка, уход, защита зеленых насаждений в городском округе; обеспечение комфортных условий и облагораживание территорий для массового отдыха жителей округа; монтаж табличек с указанием улиц и номеров домов, а также установка освещения улиц; ликвидация мест, с незаконным складированием бытового мусора в пределах территории населенных пунктов; помощь в благоустройстве территорий жилищного фонда; ведение документооборота; автоматизация подготовки индивидуальных жилых домов в зимнее время с подписанными паспортами готовности; административно-технический мониторинг в сфере благоустройства; участие в проведении проверок предприятий и учреждений, подчиненных Департаменту и другие.

Особо следует отметить деятельность по разработке и реализации городских программ, реализации государственных программ на территории. Для решения данных проблем была разработана архитектурно-планировочная концепция благоустройства исторического центра города Орехово-Зуево. В данной концепции для решения проблем предполагается произвести очистку фасадов от давнишнего слоя штукатурки и облицовки, а также сохранить единый облик кирпичной кладки. Элементы входных групп, переходов, оконных и витражных профилей планируется выполнить в одной цветовой гамме для того, чтобы сделать акцент на красоте формы кирпичной кладки зданий.

На общественных дворовых территориях разместить музыкальные площадки, зоны

для проведения различных мастер-классов, обустроить зоны для проведения досуга молодежи. Также предлагается произвести замену старых покрытий на пешеходных дорожках, тротуарах и т.д.

Одним из важных составляющих создания благоприятной городской среды являются зеленые насаждения. В связи с неблагополучием экологии, повысить количество зеленых насаждений является довольно эффективным фактором для налаживания окружающей среды, в которой живет человек, при этом улучшится эстетический облик города, а также жители города станут чувствовать себя более комфортно и уменьшится заболеваемость. Зеленые насаждения имеют особенность в динамичном изменении во времени, например, в течение десяти лет после посадки они улучшают экосистему города, то после со временем начинают стареть и погибать. В итоге данные зеленые насаждения перестают выполнять свои функции, что негативно сказывается на всю экосистему города.

На территории городского округа расположены более десяти зон для массового отдыха граждан. Наиболее популярными из них является городской парк Орехово-Зуево с мини-зоопарком и аттракционами, парк Победы и парк «Атлант».

Улучшение среды города ставит более новую планку качества работам, которые проводятся по ее благоустройству, а также помогает правильному планированию при создании общественных мест. Систематическая работа по реализации нескольких проектов в год способствует эффективному, стабильному улучшению города.

Орехово-Зуево является одним из городов в Московской области по реализации программы по формированию современной комфортной городской среды. На благоустройство общественных территорий было выделено более 116 миллионов.

Таким образом, рассмотренный пример демонстрирует возможности реализации органами местного самоуправления деятельности по благоустройству территории, развитию комфортной среды обитания.

Библиографический список

1. Устав городского округа Орехово-Зуево Московской области (с изменениями и дополнениями, принят решением Совета депутатов городского округа №512/42 от 22 марта 2006 года.
2. Горин И.В. Благоустройство города: учебное пособие / И.В. Горин, М.А.Чернышев, А.Г. Белоусов. – М.: Издательство «Владос», 2017. - 140 с.
3. Зуденкова С.А. Отдельные тенденции трансформации городского пространства. // Муниципальная академия. 2020. № 1. с. 156 — 160.
4. Зуденкова С.А. Привлечение общественности к управлению в крупнейших городах // Управленческие науки в современном мире. 2018. Т.1. № 1. с. 552 – 556.
5. Мусинова Н.Н. Проблемы урбанизации в контексте формирования комфортной городской среды // Вестник университета. 2019. № 6. с. 27-31.
6. Сергиенко Н.С. Институты гражданского общества в реализации социально значимых проектов на местном уровне // В сборнике: Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. 2019. с. 86-91

УДК 332.1; ГРНТИ 06.61.33

АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ УСЛУГАМИ СУБЪЕКТОВ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ НА ТЕРРИТОРИИ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

О.Ю. Горбова*, О.И. Кузнецова**

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань,*

** gorbova.o.y@rsreu.ru, ** olgaikuznetsova@yandex.ru*

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос оценки удовлетворенности услугами субъектов естественных монополий. Проведен анализ результатов мониторинга деятельности субъектов естественных монополий на территории Рязанской области в сфере водоснабжения, водоотведения, водоочистки, газоснабжения, электроснабжения, теплоснабжения, связи.

Ключевые слова: мониторинг конкуренции, развитие конкуренции, услуги субъектов естественных монополий, Рязанская область.

ANALYSIS OF SERVICES SATISFACTION OF THE NATURAL MONOPOLIES' SUBJECTS ON THE TERRITORY OF RYAZAN REGION

O.Y. Gorbova *, O. I. Kuznetsova **

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russian Federation, Ryazan,*

** gorbova.o.y@rsreu.ru, ** olgaikuznetsova@yandex.ru*

Annotation. This article considers the issue of assessing services satisfaction of the natural monopolies' subjects. The results of monitoring the activity of natural monopolies subjects on the territory of the Ryazan region in the field of water supply and sanitation, water treatment, gas supply, electricity, heat supply, communications were analyzed.

Keywords: competition monitoring, competition development, services of the natural monopolies' subjects, Ryazan region.

Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории Рязанской области проводится Министерством промышленности и экономического развития Рязанской области в рамках мониторинга развития конкуренции [1-3].

Анализ данных реестра субъектов естественных монополий Рязанской области показал, что основными рынками, где присутствуют субъекты естественных монополий, являются:

- рынок услуг по передаче электрической и (или) тепловой энергии;
- рынок услуг по транспортировке газа по трубопроводам;
- рынок услуг связи;
- услуги по водоснабжению, водоотведению;
- услуги железнодорожных перевозок.

Число организаций, зарегистрированных в реестре субъектов естественных монополий Рязанской области по состоянию на сентябрь 2020 г. по отношению к аналогичному периоду прошлого года не изменилось и составило 39 организаций.

Оценка характеристик услуг субъектов естественных монополий в Рязанской области проводится отдельно предпринимателями и населением. В рамках мониторинга оценка характеристик осуществлялась предпринимателями по следующим критериям: сроки получения доступа, сложность (количество) процедур подключения, стоимость подключения. Оценка данных характеристик проводится по услугам в области водоснабжение, водоотведение, водоочистка, газоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение, связь.

Оценка основных характеристик услуг предпринимателями субъектов естественных монополий показала, что респонденты в большинстве случаев выбирали вариант ответа

«удовлетворен», при этом наблюдается тенденция к росту количества неудовлетворительных ответов.

Результаты оценок респондентами характеристик услуг в сфере водоотведения, водоснабжения, приведены в таблице 1.

Таблица 1. Водоснабжение, водоотведение. Характеристика услуг субъектов естественных монополий предпринимателями (в % от общего числа респондентов)

Водоснабжение, водоотведение	Удовлетворительно, скорее удовлетворительно	Неудовлетворительно, скорее неудовлетворительно	Затрудняюсь ответить
Уровень качества предоставляемых услуг			
2020	64	25	11
Уровень цен предоставляемых услуг			
2020	47	34	20
Сроки получения доступа к услуге			
2018	61	15	24
2019	56	22	23
2020	51	21	28
Сложность (количество) процедур подключения			
2018	41	33	26
2019	57	17	26
2020	49	21	30
Стоимость подключения			
2018	58	15	27
2019	56	18	26
2020	43	24	33

В сфере водоснабжения, водоотведения большая часть респондентов удовлетворены уровнем качества предоставляемых услуг (64% предпринимателей). Неудовлетворены уровнем качества – 25% респондентов. Уровень цен положительно оценили 47% респондентов. Неудовлетворены уровнем цен – 34% респондентов.

Сроками получения доступа к услуге удовлетворены 51% предпринимателей, что на 5% ниже, чем в 2019 г. и на 10% ниже, чем в 2018 г. Сложность (количество) процедур при получении положительно оценили 49%, что на 8% ниже, чем в 2019 г. и на 8% выше, чем в 2018 г. Стоимостью подключения удовлетворены 43% респондентов, что на 13% ниже уровня 2019 г. и на 15% ниже уровня 2018 г.

В сфере водоочистки большая часть респондентов удовлетворены уровнем качества предоставляемых услуг (51% предпринимателей). Уровень цен положительно оценили 43% респондентов. Сроками получения доступа к услуге удовлетворены 46% предпринимателей. Сложность (количество) процедур при получении положительно оценили 45%. Стоимостью подключения удовлетворены 44% респондентов.

Результаты оценок респондентами характеристик услуг в сфере газоснабжения приведены в таблице 2. В сфере газоснабжения большая часть респондентов удовлетворены уровнем качества предоставляемых услуг (69% предпринимателей). Неудовлетворены уровнем качества – 12% респондентов. Уровень цен положительно оценили 51% респондентов. Неудовлетворены уровнем цен – 28% респондентов. Сроками получения доступа к услуге удовлетворены 52% предпринимателей, что соответствует уровню 2019 г. и на 13% выше уровня 2018 г. Сложность (количество) процедур при получении, положительно оценили 49%, что на 5% ниже, чем в 2019 г. и на 10% ниже, чем 2018 г. Стоимостью подключения удовлетворены 44% респондентов, что на 7% ниже уровня 2019 г. и на 7 % выше уровня 2018 г.

Таблица 2. Газоснабжение. Характеристика услуг субъектов естественных монополий предпринимателями (в % от общего числа респондентов)

Газоснабжение	Удовлетворительно, скорее удовлетворительно	Неудовлетворительно, скорее неудовлетворительно	Затрудняюсь ответить
Уровень качества предоставляемых услуг			
2020	69	12	19
Уровень цен предоставляемых услуг			
2020	51	28	21
Сроки получения доступа к услуге			
2018	39	36	25
2019	52	24	23
2020	52	19	29
Сложность (количество) процедур подключения			
2018	59	15	26
2019	54	19	27
2020	49	21	30
Стоимость подключения			
2018	37	38	26
2019	51	23	26
2020	44	25	31

В сфере электроснабжения большая часть респондентов удовлетворены уровнем качества предоставляемых услуг (65% предпринимателей). Уровень цен положительно оценили 50% респондентов. Сроками получения доступа к услуге удовлетворены 51% предпринимателей, что на 4 % ниже, чем в 2019 г. Сложность (количество) процедур при получении положительно оценили 48%, что на 10% ниже, чем в 2019 г. Стоимостью подключения удовлетворены 45% респондентов, что на 11% ниже уровня 2019 г.

В сфере теплоснабжения большая часть респондентов удовлетворены уровнем качества предоставляемых услуг (55% предпринимателей). Уровень цен положительно оценили 43% респондентов. Сроками получения доступа к услуге удовлетворены 43% предпринимателей, что на 7 % ниже, чем в 2019г. Сложность (количество) процедур при получении положительно оценили 43%, что на 9% ниже, чем в 2019 г. Стоимостью подключения удовлетворены 41% респондентов, что на 10% ниже уровня 2019 г.

В сфере услуг связи большая часть респондентов удовлетворены уровнем качества предоставляемых услуг (60% предпринимателей). Уровень цен положительно оценили 47% респондентов. Сроками получения доступа к услуге удовлетворены 52% предпринимателей, что на 3 % ниже, чем в 2019г. Сложность (количество) процедур при получении положительно оценили 50%, что на 8% ниже, чем в 2019 г. Стоимостью подключения удовлетворены 49% респондентов, что на 4% ниже уровня 2019 г.

В ходе мониторинга также проводилась оценка предпринимателями изменения качества услуг и уровня цен на услуги за последние 3 года. Большинство респондентов оценили, что качество услуг не изменилось за последние три года (30-40% опрошенных). Более 20% опрошенных отметили, что качество услуг снизилось по всем видам услуг. Увеличение качества оказываемых услуг зафиксировали 10-15% опрошенных. Относительно цен большинство предпринимателей отметили увеличение их уровня за последние три года (40-50% опрошенных), 20% опрошенных респондентов ответили, что цены не изменились за последние три года, а 10% предпринимателей отметили, что цены снизились.

Помимо предпринимателей в мониторинге приняло участие и население. Оценка услуг проводилась относительно качества услуг субъектов естественных монополий в Рязанской области. Результаты приведены в таблице 3.

Таблица 3. Оценка качества услуг субъектов естественных монополий населением (в % от общего числа респондентов)

Наименование услуги	Удовлетворительно		Скорее удовлетворительно		Скорее не-удовлетворительно		Неудовлетворительно		Затрудняюсь ответить	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
1. Водоснабжение, водоотведение	26	22	27	35	18	16	22	17	8	9
2. Водоочистка	18	17	16	22	19	22	35	28	11	12
3. Газоснабжение	50	42	33	39	5	6	5	6	8	7
4. Электроснабжение	45	37	34	40	8	8	7	8	6	6
5. Теплоснабжение	33	29	29	31	11	11	11	12	16	17
6. Связь	37	30	32	34	12	10	11	11	7	14

В 2020 г. среди респондентов от населения, по-прежнему, высокая доля «удовлетворенных» потребителей характерна для услуг газоснабжения, электроснабжения, теплоснабжения и связи (83%, 79%, 62% и 69% респондентов выбрали ответ «удовлетворен» и «скорее удовлетворен»). 35% респондентов считают неудовлетворительной деятельность по предоставлению услуг по водоочистке, 22 % - неудовлетворены услугами по водоснабжению, водоотведению.

Если рассматривать динамику ответов респондентов в 2019-2020 гг., то можно отметить снижение удовлетворенности услугами по водоснабжению, водоотведению и водоочистке, увеличение удовлетворенности по остальным услугам.

В рамках мониторинга проводилось исследование проблем потребителей при взаимодействии с субъектами естественных монополий. Большинство респондентов (53% ответов) не сталкивались с проблемами при взаимодействии с субъектами естественных монополий. 22 % респондентов в качестве проблем указали навязывание дополнительных услуг и 14% респондентов - взимание дополнительной платы.

Таким образом, полученные результаты показывают, что наибольшая часть респондентов удовлетворена характеристиками услуг естественных монополий на территории Рязанской области. Вместе с тем растет число неудовлетворительных оценок услуг среди респондентов. Среди рынков, где присутствуют субъекты естественных монополий, наименее удовлетворены услугами по водоснабжению, водоотведению и водоочистке. Полученные результаты свидетельствуют о необходимости разработки мероприятий по дальнейшему повышению качества услуг естественных монополий.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2019 г. № 768-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации».
2. Распоряжение Губернатора Рязанской области от 22 августа 2019 г. № 414-рг. «Об осуществлении внедрения в Рязанской области стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации».
3. Постановление Правительства Рязанской области от 29.10.2019 N 329 «Об утверждении Положения о министерстве промышленности и экономического развития Рязанской области».

УДК 314.96; ГРНТИ 06.77.64

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ НА РЫНКЕ ТРУДА РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

М.А.Зимакова, В.Н.Дронов

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань*

Аннотация. В статье рассмотрены основные проблемы трудоустройства молодежи в Рязанской области, описаны меры государственной поддержки молодежи в сфере трудоустройства. Проанализирована деятельность Центра занятости Рязанской области в области содействия занятости молодежи.

Ключевые слова: рынок труда молодежи, трудоустройство молодежи, молодежная безработица, государственная поддержка трудоустройства молодежи.

RESEARCH OF THE PROBLEMS OF YOUTH EMPLOYMENT IN THE LABOR MARKET OF THE RYAZAN REGION

M.A. Zimakova, V.N. Dronov

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin,
Russian Federation, Ryazan*

Abstract. The article considers the main problems of youth employment in the Ryazan region, describes the measures of state support for youth in the field of employment. The activity of the Employment Center of the Ryazan region in the field of promoting youth employment is analyzed.

Keywords: youth labor market, youth employment, youth unemployment, state support for youth employment.

Целью данного исследования является рассмотрение проблем трудоустройства молодежи на рынке труда Рязанской области. Устойчивое развитие страны, переход на цифровую экономику и социальная трансформация общества не возможны без вовлечения всех слоёв населения. Успех в решении предстоящих задач будет определяться наличием и качеством человеческого капитала, особая роль при этом отводится молодому поколению, восприимчивому к инновациям и обладающему необходимыми навыками и компетенциями [6].

Государственная политика в области управления занятостью населения является основой социально-экономической политики страны. Данная политика формируется и осуществляется рядом уполномоченных органов исполнительной власти, такими как Министерство труда и социальной защиты РФ, Министерство финансов РФ, Федеральная служба по труду и занятости РФ, Федеральная миграционная служба РФ и др.

Основной целью политики занятости государства является формирование наиболее благоприятных условий для занятости граждан и обеспечения учреждений и организаций работниками через экономическую стабилизацию, повышение качества и конкурентоспособности специалистов, развитие системы обучения кадров.

В данном ключе В.Н. Люсев выделяет следующие меры политики органов государственной власти, направленные на повышение эффективности труда и сокращение безработицы и предусматривающие:

- организацию профессионального обучения;
- предоставление информации о рабочих местах;
- противодействие дискриминации на рынке труда [2, с. 47].

Вместе с тем, следует сказать, что это идеальные модели государственной политики в сфере занятости, которые в практической жизнедеятельности общества могут принимать смешанные формы.

Сегодня в России ряды безработных постоянно пополняются выпускниками ВУЗов и СУЗов. Вместе с тем, нельзя забывать, что молодежь – это наиболее перспективная группа в составе трудоспособного населения (45 % молодежи от общей численности трудоспособного населения), так как ей присуща энергичность, высокая работоспособность, быстрая обучаемость.

мость, высокие физические показатели. В связи с этим в последние годы все больше и больше внимания уделяется не только подготовке молодых специалистов, но и их трудоустройству и занятости [5].

Рынок труда молодежи является особым социально-демографическим сегментом российской экономики, подчиняющимся собственным закономерностям, которые необходимо учитывать в политике управления трудоустройством и занятости населения. Сложившееся положение дел в области управления трудоустройством и занятости молодежи является следствием сложной комбинации субъективных и объективных факторов:

1) субъективные факторы:

- неприспособленность учебных заведений различных типов к рыночным отношениям;

- слабая государственная поддержка и остаточное финансирование проектов в сфере занятости молодежи;

- пробелы в законодательстве в сфере государственной молодежной политики.

2) объективные факторы:

- спад отечественного производства, сужение рынка труда;

- демографический кризис, проявляющийся в стабильном отрицательном приросте населения [3, с. 47].

При этом, доля трудоспособного населения и его абсолютное количество возрастают, усиливая конкуренцию на рынке труда. В условиях формирования рыночных отношений государственная политика занятости молодежи должна быть нацелена на оптимизацию молодежного рынка труда, создание новых рабочих мест, подготовку и переподготовку кадров.

Политика занятости и трудоустройства молодежи охватывает различные меры, технологии. Государственная политика содействия занятости и трудоустройства молодого поколения охватывает комплекс мероприятий по поддержанию безработной категории молодежи. Данные мероприятия распространяются на уязвимый слой трудоспособного населения, то есть молодежь, обратившуюся в службу занятости.

Рынок труда и его реальное состояние оказывает существенное воздействие на развитие экономики, как отдельного региона, так и страны в целом. Характерной особенностью рынка труда в России является его дифференциация по субъектам федерации, что определяется территориальными и геополитическими особенностями отдельного региона, существенным различием в уровне занятости и безработицы, а также в уровне социально-экономических показателей.

Организационный механизм регулирования занятости и трудоустройства молодежи в Рязанской области реализуется на территории области посредством следующих государственных структур:

- Министерство труда и социальной защиты населения Рязанской области и казенные учреждения Рязанской области «Центр занятости населения района»;

- Департамент образования и молодежной политики Рязанской области;

- Управление по делам молодежи;

- Департамент экономики Рязанской области;

- Управление по развитию малого и среднего бизнеса.

Министерство труда и социальной защиты населения Рязанской области содействует трудоустройству молодежи по следующим направлениям: организация трудоустройства и развития форм занятости молодежи, реализация программ занятости молодежи и рынка труда, организации профориентации и профессионального обучения [4].

Продолжается дальнейшее развитие системы профессиональной ориентации безработных и незанятых граждан, а также тех, кто работает, но хотел бы изменить свой профиль деятельности. Внимание Центра сосредоточено на совершенствовании дифференцированного подхода в работе с различными категориями граждан. С этой целью гражданам оказыва-

ется помощь в профессиональной консультации, формируется мотивация к труду в предпринимательской сфере, в сельской местности и т.п. Усиливается взаимодействие с работодателями, внедряются новые технологии и методы работы по профессиональной ориентации. Служба занятости систематически собирает и изучает имеющуюся информацию по рынку труда и перспективам развития как по стране в целом, так и по отдельным регионам, отраслям промышленности, профессиям. Совместно с государственными и частными организациями она участвует также в разработке социально-экономических планов, направленных на создание благоприятной ситуации относительно занятости. В рамках совместной деятельности проводятся разнообразные выставки вакансий, конференции для трудоустраиваемых, информационно-консультационное сопровождение, оценка степени готовности к осуществлению предпринимательской деятельности, помощь в создании успешного бизнес-плана в целях получения субсидии из областного бюджета на организацию самозанятости и создание рабочих мест для трудоустройства безработных граждан и многое другое.

Статистические данные, представленные в таб.1, позволяют сделать вывод о снижении уровня регистрируемой безработицы в Рязанской области.

Таблица 1. Численность и состав рабочей силы в Рязанской области в возрасте 15 лет и старше за 2010-2019 гг. [4]

Год	Численность рабочей силы, всего, чел.	Численность безработных	Уровень безработицы, %
2010	572033	48298	8,4
2011	570271	41236	7,2
2012	562418	25773	4,6
2013	558695	26147	4,7
2014	539592	23874	4,4
2015	538101	25053	4,7
2016	538431	23781	4,4
2017	540567	21974	4,1
2017	529270	21983	4,2
2019	535453	21132	3,9

Как видно из приведенных данных, уровень безработицы в области снизился до 3,9 % в 2019 г. Также в 2019 г. снизилась доля лиц молодёжного возраста в общем объёме безработных (см. рис 1).

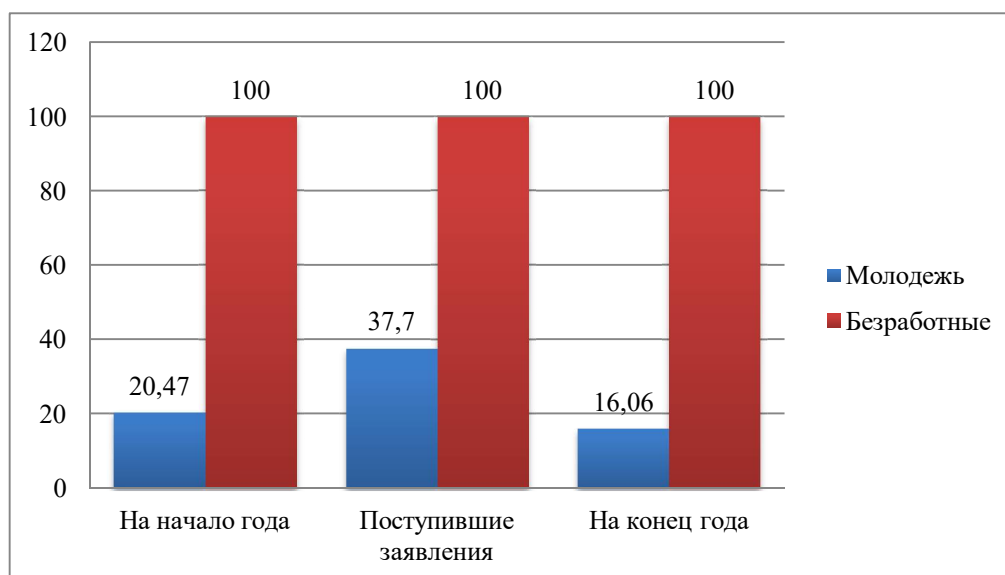


Рис. 1. Численность молодежи в общем объеме безработных в 2019 г., % [4]

Проведённый анализ показал, что из объема планируемой работы по профессиональной ориентации выполняется менее 50% в целом по области. Однако такая услуга оправдывает себя больше в районах области, нежели в г. Рязань (см. табл. 2).

Таблица 2. Предоставление государственной услуги по профессиональной ориентации граждан за 2019 г., чел. [4]

Наименование районов	Контрольные показатели на 2019 год	Получили услуги по профориентации	Процент выполнения контрольных показателей
г. Рязань	3787	1109	29,3
Александровский район	197	131	66,5
Ермишинский район	184	51	27,7
Захаровский район	170	99	58,2
Кадомский район	159	107	67,3
Касимовский район	147	34	23,1
Клепиковский район	225	104	46,2
Кораблинский район	55	13	23,6
Милославский район	165	93	56,4
Михайловский район	69	29	42,0
Пителинский район	83	57	68,7
Пронский район	248	65	26,2
Путятинский район	874	267	30,5
Рыбновский район	110	39	35,5
Рязанский район	828	953	115,1
Ряжский район	143	100	69,9
Сапожковский район	138	58	42,0
Сараевский район	621	177	28,5
Сасовский район	202	114	56,4
Скопинский район	207	62	30,0
Спасский район	101	51	50,5
Старожиловский район	97	25	25,8
Ухоловский район	198	81	40,9
Чучковский район	111	41	36,9
Шацкий район	81	32	39,5
Итого по районам	5413	2783	51,4
Всего по Рязанской области	9200	3892	42,3

Исходя из данных, представленных в таблице 2, можно сделать вывод, что контрольные показатели не выполнены по всем районам, кроме Рязанского. Данное обстоятельство объясняется тем, что в 2019 г. из-за пандемии COVID-19 программы обучения были сокращены. Также не выполнение контрольных показателей связано с ограниченными ресурсами Центра занятости и нежеланием молодежи работать по традиционным направлениям, к примеру, сварщиками, слесарями и т.д., что говорит о недоработках в составлении программ обучения.

Одной из эффективных форм работы органов службы занятости по оказанию содействия гражданам в поиске подходящей работы, в том числе и выпускникам ВУЗов, а работодателям в подборе необходимых работников является организация ярмарок вакансий и учебных рабочих мест. С целью повышения эффективности и доступности предоставления государственных услуг информация о планируемых ярмарках вакансий и учебных рабочих мест ежемесячно размещается на официальном сайте Управления труда и занятости Рязанской области. В 2019 году были проведены 90 ярмарок вакансий и учебных рабочих мест, в работе которых приняли участие 346 работодателей. Из них 57 – организованы по отраслевому принципу, 25 – мини-ярмарки на крупных предприятиях области, испытывающих трудности в подборе кадров, 7 – специализированные ярмарки вакансий для граждан пенсионного и

предпенсионного возраста, 1 – специализированная ярмарка вакансий для трудоустройства инвалидов.

Число посетителей указанных мероприятий составило 4694 человек, в том числе женщин – 2646 (56 % от общего количества посетителей ярмарки), молодых людей в возрасте до 29 лет – 1694 (36 %), инвалидов – 235 (5 %), граждан пенсионного и предпенсионного возраста – 856 (18 %), многодетных родителей – 54 (1 %), женщин по уходу за ребенком до 3-х лет – 62 (1,3 %). Количество представленных вакансий – 4735 (в том числе 531 вакансия, планируемая для привлечения иностранной рабочей силы). По результатам проведения ярмарок трудоустроено 582 человека, в том числе 2 человека на вакансии, планируемые для привлечения иностранной рабочей силы.

В рамках соглашения о сотрудничестве и взаимодействии между Департаментом труда и занятости населения города Москвы и Управлением труда и занятости Рязанской области в текущем году были проведены три межрегиональные ярмарки вакансий (два мероприятия «День трудовой мобильности» и «Кадры для строительного комплекса»), организованные в режиме видеоконференции с использованием беспроводной связи «Скайп» в сети Интернет.

В указанных мероприятиях приняли участие 60 работодателей города Москвы, а также безработные и ищущие работу граждане, желающие получить информацию о возможности трудоустройства, приглашенные в день проведения видеоконференции в центры занятости населения различных районов Рязанской области. В ходе проведения мероприятия более 90 участников смогли пройти первичное собеседование с работодателями, рассказали о себе, о своих навыках и опыте работы, обсудили с работодателями возможности карьерного роста. По результатам видео собеседований порядка 70 человек получили приглашения от работодателей, по 10 кандидатурам соискателей достигнута предварительная договоренность об их трудоустройстве. Этот инновационный способ проведения ярмарок вакансий, наряду с традиционным, центры занятости населения будут продолжать реализовывать и в дальнейшем.

Также оказываются услуги по профобучению, профориентации (советы, составление профессиограмм), а также социальная адаптация и советы психолога. За 2019 г. государственную услугу по профессиональной ориентации получило всего по Рязанской области 9200 граждан.

Учитывая важность проблемы трудоустройства молодежи, государство принимает активное участие в содействии занятости молодежи, особое внимание уделяется выпускникам высших учебных заведений. Именно от молодежи зависит дальнейшее будущее страны и ее развитие, ведь кадры решают все. Поддержка осуществляется посредством подбора работы через Управление труда и занятости и его структурных подразделений, а также профессиональной ориентации, направление на стажировки, получение дополнительного образования, выделение средств на открытие собственного бизнеса и, конечно, помогая адаптироваться к условиям рынка труда.

Около трети безработной молодежи, зарегистрированной в службе Управления труда и занятости Рязанской области, составляют выпускники школ, профессиональных училищ, средних специальных учебных заведений и вузов.

Возросла доля молодежи, имеющей неполное среднее образование, уменьшилось число граждан, обратившихся в органы службы занятости за содействием в трудоустройстве, имеющих высшее, средне-специальное и даже среднее образование. Уменьшение произошло за счет увеличения количества молодежи, трудоустроенных в летний период на временные работы.

В 2019 году проведен ряд мероприятий, нацеленный на развитие государственной политики в сфере трудоустройства молодежи Рязанской области. В центре занятости населения Рязанского района состоялся круглый стол с работодателями. Обсуждались такие вопросы, как своевременное и качественное предоставление сведений о потребности в работниках. В

мероприятии приняли участие представители свыше двух десятков организаций и предприятий.

Безусловно, банк вакансий, формируемый центром занятости населения в целях трудоустройства безработных граждан, является важным результатом сотрудничества с работодателями, которые, в свою очередь, заинтересованы в подборе недостающих кадров. По опыту Москвы целесообразно программы государственной поддержки занятости молодежи разделить на основные 5 групп (рис. 2). Реализация госпрограмм в рамках представленной классификации, позволит систематизировать работу на рынке труда молодежи и будет способствовать повышению уровня занятости



Рис. 2. Государственные программы содействия занятости [1, с. 63]

В Центре занятости населения Рязанской области функционирует отдел «Молодежная биржа труда», созданный в 2018 году, который содействует молодежи во временном трудоустройстве, поиске подходящей работы, прохождении стажировки, профессиональном обучении и дополнительном профессиональном образовании, помогает открыть собственное дело, оказывает психологическую поддержку и обучает навыкам составления резюме.

Большое значение имеет содействие Центра занятости по различным районам Рязанской области. В каждом районе осуществляется поддержка безработной молодежи. Например. Специалисты центра занятости населения Путятинского района провели ряд профориентационных мероприятий со школьниками: диагностическое тестирование, анкетирование, презентацию альбома профессиограмм, индивидуальные консультации по выбору учебного заведения, встречу с людьми востребованных на рынке труда рабочих профессий, научили старшеклассников составлять индивидуальный план по самоопределению в выборе профес-

сии, проинформировали о положении на рынке труда, ознакомили с государственными услугами, предоставляемыми центром занятости.

Так, на базе Путятинской средней школы № 1 прошел классный час «Словарь профессий» для учащихся 9-10 классов. Проведено диагностическое тестирование, способствующее активизации позиции, связанной с выбором будущей профессии.

Классный час «Мой профессиональный выбор» состоялся на базе Путятинской средней школы № 2. В нём приняли участие старшеклассники. Они получили информацию о положении на рынке труда, востребованных на нем специальностях и профессиях. Была проведена презентация бланковых профессиограмм. Работала прямая телефонная линия «Абитуриент-2019». Все, кто хотел, получили ответы на свои вопросы по телефону.

Подводя итоги месячника профориентации, специалисты службы занятости отметили, что большее количество учеников, принявших участие в мероприятиях, определились с выбором профессии, сферой деятельности, учебным заведением.

Профконсультанты центра занятости населения Рязанского района г. Рязань провели профориентационную встречу с учащимися школ района. Она состоялась в центре детского творчества № 2. В беседе приняли участие представители Рязанского государственного аграрного университета, рассказавшие о специальностях, которые можно получить в вузе. В свою очередь, специалисты центра занятости проинформировали ребят о востребованных на рынке труда профессиях, отметили, что на спрос у работодателей в тех или иных специальностях нужно обращать внимание при выборе профессионального пути.

Живой интерес у школьников вызвал информационный раздаточный материал «Выбор профессии – первый шаг во взрослую жизнь». В средней школе № 37 г. Рязань состоялось мероприятие по профессиональной ориентации на тему: «На пороге выбора профессии». Оно было организованное центром занятости населения Рязанского района и Рязанским техникумом путей сообщения. Мероприятие стало примером взаимодействия службы занятости с учебными заведениями по формированию трудовых ресурсов на рынке труда. В ходе мероприятия старшеклассники узнали о правилах грамотного выбора профессии, с учетом спроса работодателей, получили сведения о востребованных на рынке труда г. Рязань и Рязанской области специальностях и профессиях. Старшеклассники ознакомились с рабочими профессиями железнодорожного транспорта и специальностями, которые можно получить, обучаясь в Рязанском техникуме путей сообщения, среди них: машинист локомотива, помощник машиниста локомотива (тепловоза, электровоза), сварщик (ручной и частично механизированной сварки, наплавки), слесарь по ремонту подвижного состава, проводник пассажирского вагона, токарь, получили информацию об условиях поступления и обучения в техникуме. Была подчеркнута важность профессии железнодорожника, сделан акцент на том, что это не просто профессия, а образ жизни, в которой нет случайных людей, в ней остаются только те, кто готов к постоянной ответственности, профессиональному росту, необходимости всю жизнь учиться и повышать свою квалификацию.

В центре занятости населения Скопинского района состоялась ярмарка вакансий. В ней приняли участие ФГУП «Почта России», Скопинское райпо, ООО «Русь». Работодателям требовались продавцы продовольственных товаров, рабочие по уходу за животными, почтальоны, водители автомобилей, дояры, электрогазосварщик, слесарь механосборочных работ. Из семнадцати соискателей, явившихся на ярмарку, девять получили направления на работу.

Более 60 молодых людей призывного возраста участвовали в информационной встрече со специалистами центра занятости населения Рыбновского района, которая состоялась на базе военного комиссариата Рязанской области по Рыбновскому району. Специалисты центра занятости рассказали призывникам о рынке труда района и области, востребованных профессиях, возможности при возвращении из армейских рядов пройти профессиональное обучение. Молодые люди получили полезную информацию об услугах службы занятости.

Это им поможет при возвращении со службы, т.к. теперь знают, куда обратиться за поддержкой. Молодым людям помогут повысить квалификацию, подыскать вакансию в своем районе, или в соседнем, и помогут с переездом.

Повышению сбалансированности рынка труда в Рязанской области способствует взаимодействие службы занятости с работодателями, когда профессиональное обучение ведется под конкретные рабочие места на паритетных началах. А также предоставление возможности развить потенциал молодежи для управления собственным делом, растить кадры для государственного управления.

Таким образом, несмотря на то, что единая комплексная система поддержки молодежного трудоустройства все еще не выстроена, отдельные мероприятия, проводимые в этом направлении, очень востребованы. Сегодня государство должно занять самую активную позицию в направлении обеспечения занятости молодежи – разработать комплекс мер по закреплению молодых рабочих кадров. Главный инструмент такой политики – региональные программы по созданию рабочих мест для молодежи. В частности, для решения проблем безработицы и сохранения преемственности поколений в инновационной сфере в рамках этого направления возникает необходимость развития системы инновационной деятельности молодежных бизнес-инкубаторов как саморазвивающихся систем.

Библиографический список

1. Кузуб Е.В. Государственное регулирование занятости молодых специалистов / Е.В. Кузуб // Вестник ТвГУ. Серия «Экономика и управление». – 2017. – №2. – С. 60-65.
2. Люсев В.Н., Ефимова Д.В. Экономика и социология труда / В.Н. Люсев, Д.В. Ефимова. – Пенза: ПензГТУ, 2012. – 186 с.
3. Островская Ю.А. Современные проблемы трудоустройства и занятости учащейся молодежи / Ю.А. Островская // Социальная политика и социальное партнерство. – 2016. – № 2. – С. 46-49.
4. Министерство труда и социальной защиты населения Рязанской области: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mintrudsoc.ryazangov.ru/> (дата обращения: 25.02.2021).
5. Официальная статистика. Рынок труда, занятость и заработная плата. Трудовые ресурсы [Электронный ресурс] // Федеральная служба официальной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics (дата обращения: 25.02.2021).
6. Россия 2025: от кадров к талантам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2017/11/Skills_Outline_web_tcm26-175469.pdf (дата обращения: 26.02.2021).

СЕКЦИЯ «УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ»

УДК 33.331.5; ГРНТИ 06.77.61

К ВОПРОСУ ПРИМЕНЕНИЯ ПРЕЛИМИНАРИНГА КАДРОВОЙ СЛУЖБЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Д.В. Нефедов*, Е.Е. Нефедова**

*Рязанский Институт Развития Образования, dnefedov@bk.ru

** Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
nefedova.e.e@rsreu.ru

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы применения метода прелиминаринга при подборе персонала организации. Рассмотрены достоинства и недостатки применения прелиминаринга.

Ключевые слова: подбор кадров, методы подбора, кадровая служба организации, человеческий капитал.

ON THE ISSUE OF APPLYING THE ORGANIZATION'S PERSONNEL SERVICE PRELIMINARY TRAINING

D.V. Nefedov*, E.E. Nefedova**

* Ryazan Institute of Education Development, dnefedov@bk.ru

** Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin, , nefedova.e.e@rsreu.ru

Abstract. The article discusses the prospects of applying the method of preliminary training in the selection of personnel of the organization. The advantages and disadvantages of the use of preliminaring are considered.

Keywords: personnel selection, recruitment methods, personnel service of the organization, human capital.

Современная кадровая политика организации претерпевает серьезную трансформацию, отзываясь на изменения, происходящие во внешней среде. Работодатель не может позволить себе заниматься длительным поиском сотрудников на открывшиеся у него вакансии. Значит, и не может позволить себе формировать кадры своей организации из числа первых откликнувшихся кандидатов, не может игнорировать их квалификацию или отсутствие таковой, опыт и многое другое. Чтобы на предприятии сложилась команда высококвалифицированных сотрудников, с достаточно высоким творческим потенциалом и умеющая работать в коллективе, руководителю кадровой службы нужно приложить немало усилий по подбору и отбору кандидатов. Современное развитие экономики привело к тому, что персонал организации является ее главной ценностью, человеческим капиталом, который играет не менее значимую роль в достижении цели организации, в обеспечении ее стабильной и эффективной деятельности, чем финансы и производственная сфера.

Для того чтобы поддерживать «человеческий капитал» на высоком уровне руководителю кадровой службы необходимо планировать естественное движение кадров (выход на пенсию, увольнения по болезни, в связи с учебой, службу в армии и иные причины). Предугадывать назревающие изменения в кадровом составе организации, заниматься снижением текучести кадров, формировать кадровый резерв и создавать у сотрудников ощущение своей значимости в организации, чувство приверженности ей и сопричастности достигаемым результатам. Часть этих задач, связанных с кадровыми потерями, позволит решить подбор равноценной замены кадров.

Эффективный подбор персонала затруднен тем, что сложившиеся подходы к подбору персонала не соответствует современным требованиям рынка труда. Они достаточно статичны, связаны со сформировавшимся менталитетом и традициями общества. Если раньше, для найма сотрудника достаточно было поместить объявление о вакансии в СМИ или «попытать счастья» у знакомых кадровиков то сейчас, используя существующие подходы к подбору кадров, можно упустить «идеально» подходящего сотрудника. Раньше сотрудник пытался заинтересовать отдел кадров своим резюме, достижениями в профессиональной

сфере и умением работать. Сейчас, чтобы получить нужного сотрудника, надо заинтересовать его организацией, ее имиджем и его перспективами в ней.

Традиционно при подборе и отборе персонала используются методы, представленные на рисунке 1.

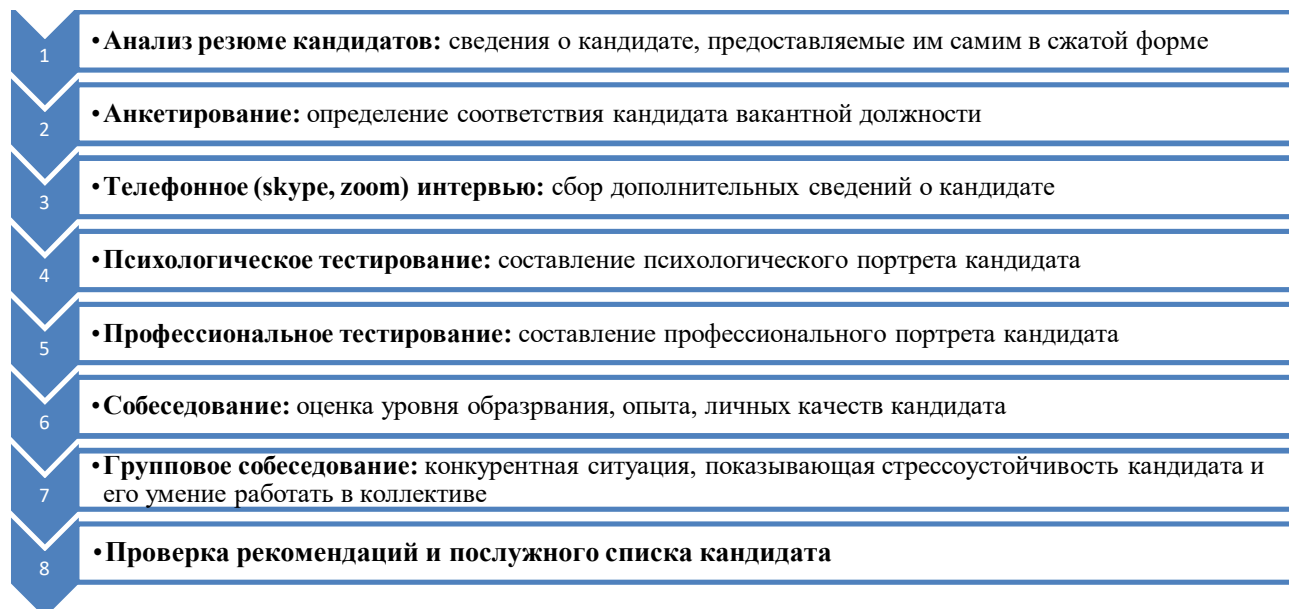


Рис. 1. Традиционные методы подбора кандидата, [1]

За годы работы кадровых служб предприятий и организаций наряду с традиционными, выработались и нетрадиционные методы. Они появились в практике кадровых служб не так давно. Эти методы показывают свою эффективность, достаточно гибкие и их неоспоримым достоинством является то, что они снижают вероятность предварительной подготовки кандидата. Позволяют оценить реальный уровень усвоения информации кандидатом, тип его мышления, подход и скорость принятия решений, инициативность и многое другое.

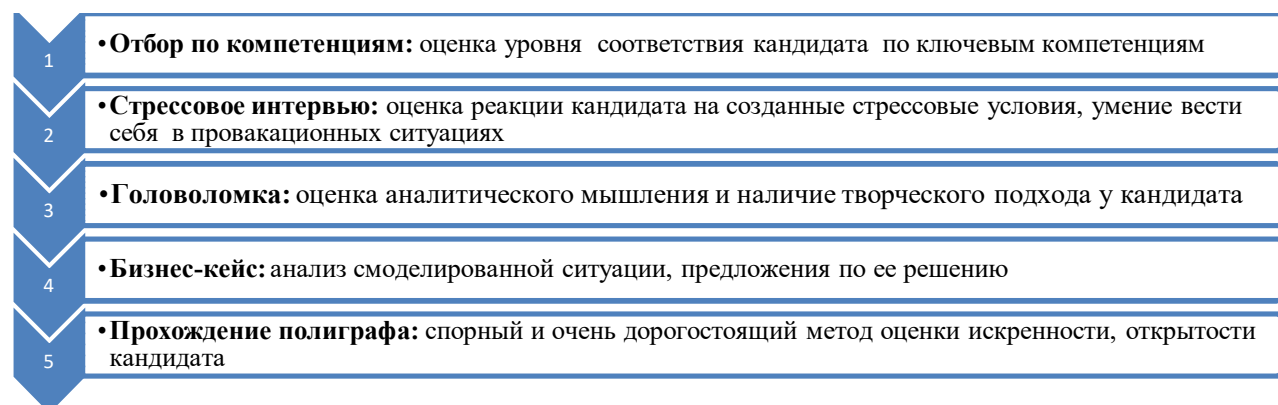


Рис. 2. Нетрадиционные методы подбора персонала, [1]

Согласно результатам исследования, проведенного компанией «Рикардо» представители кадровых служб при подборе персонала наиболее часто используют традиционные методы (рисунок 3). Основываясь на данных анализа, мы можем сделать вывод о том, что достаточно большая часть специалистов по подбору кадров, в своей профессиональной деятельности, опирается на традиционные подходы, дополняя их результаты сложившейся субъективной оценкой кандидата. В ответ на складывающуюся вокруг организаций ситуацию, таких действий по подбору кадров, решению кадровых проблем и формированию кадрового резерва становится недостаточно. Необходимо уделять значительное внимание взра-

щиванию кадров для своей организации, понимающих и принимающих цель и задачи, отвечающих конкретным квалификационным требованиям, обладающих необходимыми профессиональными компетенциями.



Рис. 3. Методы оценки, применяемые компаниями при подборе персонала [1]

Получается, что задача, стоящая перед кадровыми службами, значительно усложняется. Нужно не только в очень сжатые сроки найти подходящего кандидата на имеющуюся вакансию, но и разыскать, и привлечь в кадровый резерв организации перспективных будущих сотрудников. По мнению авторов статьи, сделать это можно опираясь на такой инструмент подбора кадров, как прелиминаринг.

Прелиминаринг – это стратегия привлечения молодых и перспективных специалистов, то есть подбор будущего сотрудника еще в период формирования у него теоретической базы и понимания будущей профессии. Такая работа может проводиться кадровыми службами по договоренности с ВУЗами страны. Следует понимать, что польза от такого сотрудничества будет двусторонней. Используя прелиминаринг для обновления штата сотрудников, для создания кадрового резерва, организация получает свежие мысли, нестандартные решения молодых, не зашоренных сотрудников. Такое пополнение кадров поможет снизить негативное воздействие факторов внешней среды.

Прелиминаринг позволяет «вырастить» специалистов, хорошо разбирающихся в специфике деятельности конкретной организации и особенности проводимых ею бизнес-процессов. Движение, подобранного таким образом сотрудника, по карьерной лестнице позволит ему накопить профессиональный опыт, нарастить свою базу знаний и, в будущем, занять высокую управленческую позицию.

С точки зрения работы проводимой кадровой службой, прелиминаринг весьма трудоемок и очень затратен. Причина этого заключается в том, что организация получает не готового специалиста с опытом работы и определенными профессиональными навыками, а новичка, нуждающегося в дополнительном обучении и контроле. Наём такого сотрудника это определенный риск, но риск оправданный получаемым результатом.

На рынке труда России прелиминаринг еще мало используется. На Европейском рынке труда применение такого подхода к подбору персонала является отдельной задачей менеджеров по кадрам и пользуется большим спросом. Следует отметить, что благодаря применению технологий прелиминаринга перспективные российские студенты, еще обуча-

ясь в вузах, проходят стажировки в иностранных компаниях. Рынок труда очень заинтересован в молодых, талантливых и нестандартных специалистах.

Сотрудничество учебных заведений и кадровых служб организаций на основе прелиминаринга предусматривает применение технологий, представленных на рисунке 4.

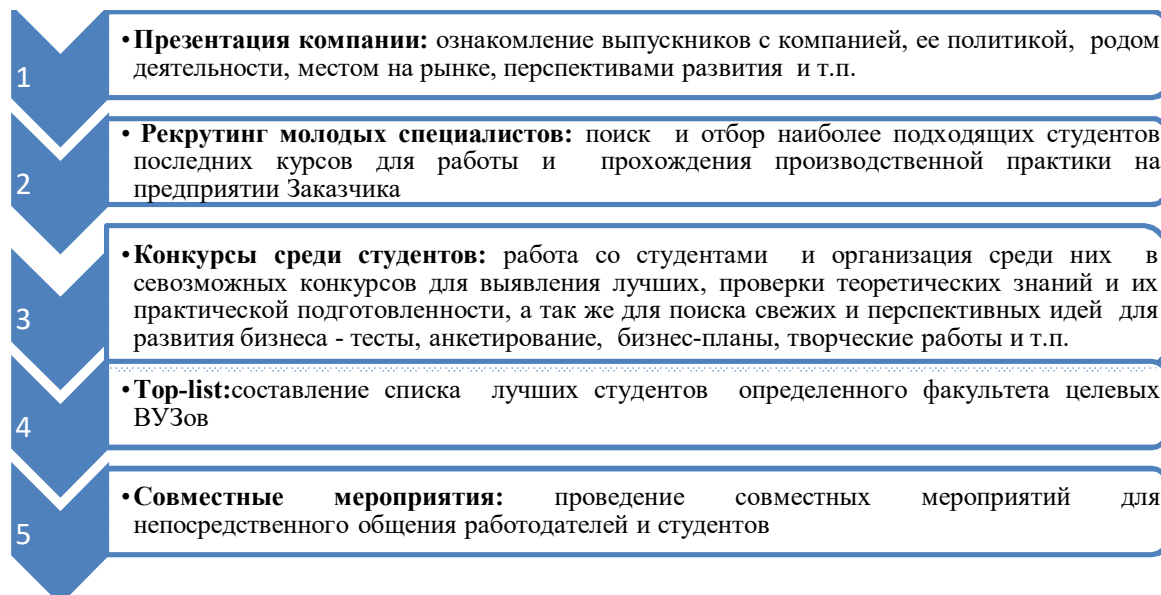


Рис. 5. Вариации сотрудничества с применением технологии прелиминаринга, [5]

Использование такого широкого круга весьма тесных контактов среди ведущих высших учебных заведений страны и кадровых служб организаций, дает определенную гарантию привлечения лучших из наиболее подходящих выпускников и студентов.

Как и любое действие на рынке труда, прелиминаринг имеет определенные достоинства и недостатки своего применения. Заключение о достоинствах и недостатках прелиминаринга сделано авторами на основе изучения опыта применения этой технологии в России и за рубежом. К достоинствам следует отнести:

1. Высокая лояльность сотрудников - будущий сотрудник (студент, выпускник) сам выбирает компанию, условия работы и знает ожидающие его карьерные перспективы.

2. Закрытая и понятная система карьерного роста – четкое понимание своего места в организации, определенная мотивация на длительную перспективу работы.

3. Оправданный риск при приеме молодого сотрудника – будущий сотрудник (студент, выпускник) проходит стажировку в организации, руководитель видит работоспособность кандидата, его компетентность и профессионализм. При стажировке внутри организации происходит естественный отсев кандидатов с учетом их профпригодности.

4. Повышает престиж учебного заведения, как для абитуриентов, так и для работодателей. Тесная взаимосвязь ВУЗа и организации при отборе будущих сотрудников дает студентам определенную уверенность в наличии работы по профилю специальности по окончании учебы, повышает их мотивацию в получении и накоплении знаний. И, конечно же, престиж ВУЗа будет тем выше, чем больше его выпускников будет трудоустроено по результатам их учебы в ведущих организациях страны и за рубежом.

К числу недостатков применения прелиминаринга следует отнести:

1. Долгий поиск необходимого сотрудника – необходимо ждать пока студент закончит обучение или пока не пройдет стажировку.

2. Показал свою неэффективность при применении в малом бизнесе - студенты неохотно идут работать в небольшие компании. Малый бизнес не может позволить себе затраты, связанные с привлечением и адаптацией студентов.

3. Высокие затраты на проведение прелиминаринга.

4. Эффективная программа прелиминаринга очень сложна и предполагает изменение кадровой политики организации.

Конечно, описанные достоинства и недостатки применения прелиминаринга достаточно условны. В целом, выполнение организацией программы по применению прелиминаринга позволит сформировать в организации эффективную и сильную систему подбора персонала. Следовательно, эффективность применения прелиминаринга в организации заключается в сокращении затрат на поиск и адаптацию персонала.

Библиографический список

1. Клеткина Н.В., Актуальность и методы отбора персонала. Проблемы и пути их решения. Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2017

2. Котенко А.Ю., Игнатъев А.И., Соловьева И.П., Асаева Т.А., Моделирование кадровой политики предприятия на основе процессного подхода. Новые технологии в учебном процессе и производстве Материалы XIII межвузовской научно-технической конференции. Под редакцией Паршина А.Н., 2015 Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Рязанский Издательско-Полиграфический Дом "ПервопечатникЪ" (Рязань)

3. Прелиминаринг: дорогу перспективным и молодым. Подбор статей на тему журнал «Директору по персоналу»

4. Синицкая Ю.А., Фатеев В.Н. Проблемы подбора персонала на предприятии Исследования человеческого капитала как стратегического ресурса социально-экономического развития: теория, методы, практика: сборник материалов Всероссийской молодежной научной конференции. 2014 Издательство: Издательство Уральского университета

5. Чуланова О.Л., Самедов В.Т. Применение технологии прелиминаринг в отборе персонала организации МИР НАУКИ Учредители: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Мир науки" (Москва)

УДК 316.3; ГРНТИ 04.6

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ И СТРЕССАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ Г. РЯЗАНИ

Н.А. Подгорнова

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, podgornova-natalia@mail.ru*

Аннотация. В работе исследуется система конфликтами и стрессами в организации. Проведен анализ, диагностика поведения персонала в конфликтных ситуациях. Представлены рекомендации и мероприятия по управлению конфликтами и стрессами в организации.

Ключевые слова: конфликт, методы управления конфликтом, стресс, тестирование, управление конфликтами.

CONFLICT AND STRESS MANAGEMENT SYSTEM IN THE ORGANIZATION OF RYAZAN

N.A. Podgornova

*Ryazan State Radio Engineering University,
Russia, Ryazan, podgornova-natalia@mail.ru*

The summary. The paper examines the system of conflicts and stresses in the organization. The analysis and diagnostics of personnel behavior in conflict situations are carried out. Recommendations and measures for conflict and stress management in the organization are presented.

Keywords: conflict, conflict management methods, stress, testing, conflict management.

Современные условия ведения бизнеса, характеризующиеся высоким уровнем неопределенности, ускорением инновационных процессов, острой конкуренцией, предъявляют высокие требования к качеству человеческого потенциала предприятий. В данных условиях одна из главных задач управления заключается в максимально эффективном использовании

имеющихся человеческих ресурсов с целью достижения высокой конкурентоспособности предприятия. Однако жесткая эксплуатация трудовых ресурсов приводит к печальным последствиям. Сегодня значительная часть работников испытывает колоссальные производственные и профессиональные перегрузки, вызывающие острые стрессовые состояния. Это негативно сказывается на производительности труда, снижает качество работы, провоцирует многочисленные конфликты, которые «взрывают» компанию изнутри. Таким образом, достижение максимального эффекта от использования человеческих ресурсов не может обойтись без концепции «бережного» управления персоналом, ориентированного на достижение баланса между высокой производительностью труда и здоровьем работника [3].

Конфликт является неотъемлемой частью жизнедеятельности человека и может стать причиной других проблем в организации, таких как текучесть персонала, снижение производительности труда. Потому так важно наличие умения у руководителя предотвращать конфликты, решать споры, привести стороны к компромиссу. Расхождение мнений, столкновение точек зрения, различность позиций – это неотъемлемое и частое явление в общественной жизни, поэтому, чтобы уметь правильно вести себя в конфликтах, необходимо понимать, что такое конфликт и условия его решения, когда люди приходят к компромиссу. Понимание конфликтов сделает человека более тактичным в общении, спокойным и устойчивым. Конфликт по своей природе может быть конструктивным и деструктивным. Он может принести разлад в систему или привести к усовершенствованию (или иное положительное изменение).

Конфликт – осознанное явление [4], повсеместен, вездесущ, прогнозируем, регулируем. Участники так или иначе смотрят на ситуацию, подвергают ее анализу, возможным последствиям, ищут пути выхода и урегулирования конфликта [1]. Конфликт – это нормальное проявление социальных связей, столкновение, противоборство между субъектами социального взаимодействия, которые характеризуются борьбой за собственные цели, при наличии противоположных мотивов или суждений [2].

Определение стратегии разрешения конкретного конфликта связано с выбором способа действий, равнозначного стилю конфликтного поведения.

Для разработки эффективной системы управления конфликтами необходимо осуществить анализ поведения персонала АНО ДО «АВС». Персонал организации, занимающийся обучением иностранных языков, состоит из 93% женщин. На основе теста К. Томаса были разработаны модели поведения в конфликтной ситуации персонала организации. В соответствии с этим тестом было опрошено 25 работников организации. Результаты исследования приведены на рисунке 1.



Рис. 1- Результаты тестирования работников АНО ДО «АВС» по тесту К. Томаса

Согласно предлагаемой методике К. Томаса на основе полученных результатов и анализа конфликтных ситуаций в организации можно сделать вывод: большинство работников из числа опрошенных не имеют шанса выиграть в сложившейся конфликтной ситуации. Ситуация сотрудничества в рассматриваемом коллективе наблюдается не часто, но конфликты решаются компромиссными уступками выгодными для обеих сторон.

При анализе конфликтных ситуаций было выявлено преобладание двух стилей разрешения конфликтов, стиль уклонения и компромисса. Проведенный тест К.Томаса показал, что преобладает стиль соперничества и компромисса.

При более детальном рассмотрении выявлено, что трудности могут быть связаны с тем, что сотрудники не умеют и не знают, как рационально вести себя в конфликтной ситуации. Для того чтобы было понятно насколько свойственно рациональное или иррациональное поведение работников в конфликтах, был использован тест на изучение поведения в конфликте.

Результаты тестирования представлены на рисунке 2. Отклонение влево от оценки свидетельствует о том, что работник не обладает достаточными навыками рационального поведения в конфликте. Результаты данного теста показали следующее: 12% персонала склонны к критике, ищут повод для спора, обладают излишней принципиальностью; 32% человек являются эмоциональными, обладают большим самомнением и любят отстаивать свою точку зрения; 56% - миролюбивы, конфликтов опасаются и их последствий на работу или межличностные отношения.

Если обобщить результаты исследования, можно выделить следующие качества, которые чаще всего приводят к конфликтам: неадекватная оценка собственных возможностей и способностей; консерватизм в мышлении и взглядах; излишняя принципиальность в высказываниях и решениях людей, сказать правду в глаза во что бы то ни стало; определенный набор эмоциональных качеств: тревожность, агрессия, раздраженность.

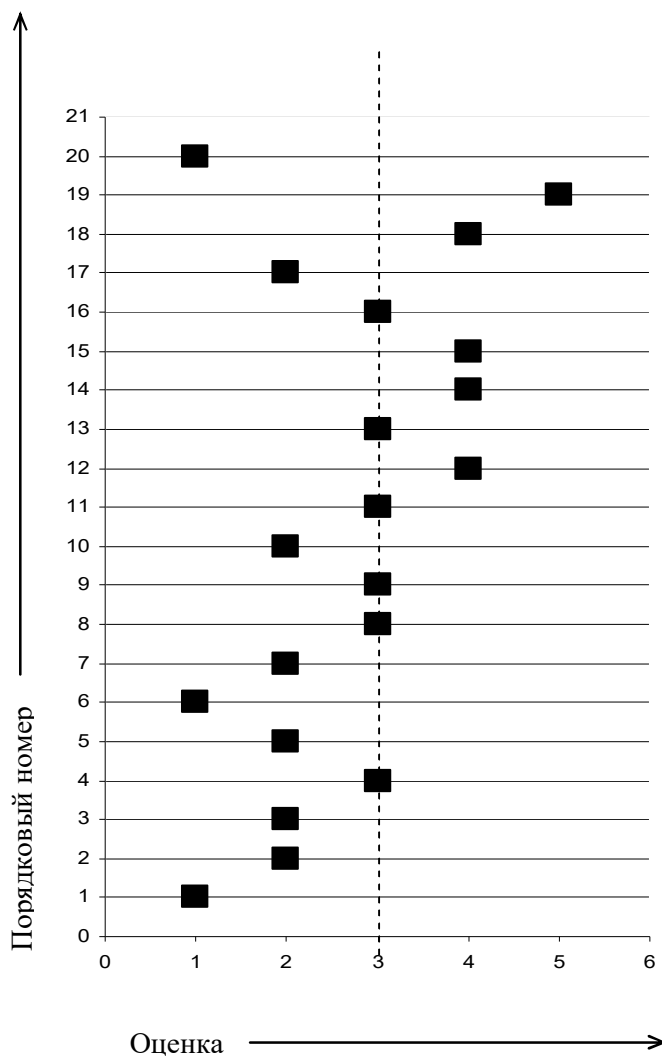


Рис. 2. Результаты тестирования работников АНО ДО «АВС» на рациональность поведения в конфликте

Результаты тестирования на самооценку конфликтности представлены на рисунке 3.

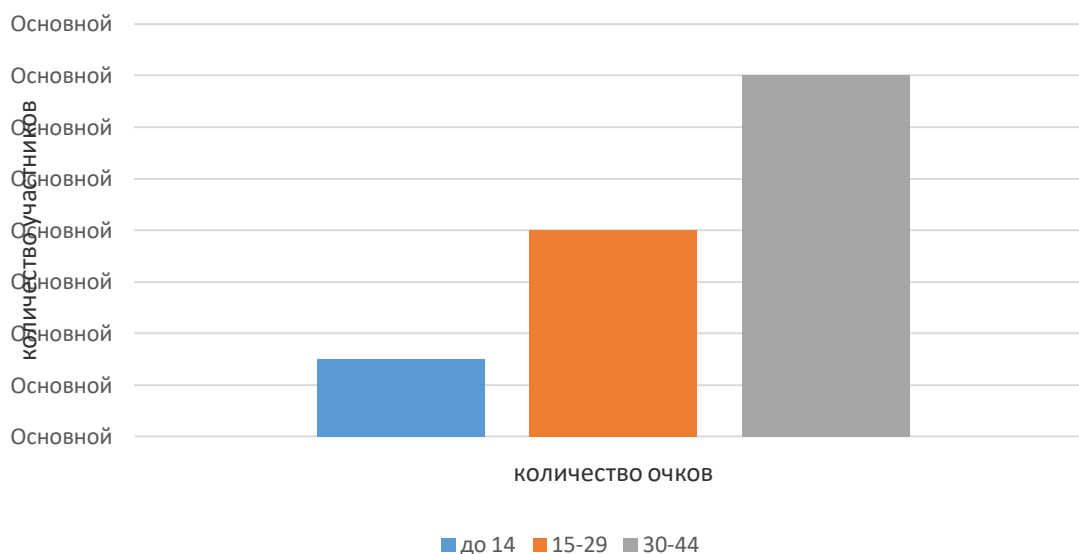


Рис. 3. Результаты тестирования работников АНО ДО «АВС» на самооценку конфликтности

В большинстве случаев конфликт всегда виден, так как проявляется внешне в виде обостренного психологического климата, ухудшение показателей эффективности работы персонала и т.д.

Для выявления причин возникновения конфликтов в организации было проведено анкетирование 17 преподавателей. Результат исследования показал, что в целом сотрудники не очень конфликтные люди. Конфликты возникают довольно редко и только по рабочим вопросам. У подчиненных бывают горизонтальные конфликты со своими коллегами по работе, но случаются и с руководителем организации.

Из данных полученных с помощью анкетирования можно сделать вывод, что около 60% конфликтов развиваются стихийно. Но не стоит считать эту цифру объективной, так как любой конфликт имеет предконфликтную стадию, которую сотрудники без опыта просто не заметят. Также нужно отметить, что зачастую конфликты касаются лишь работы, без личностной почвы.

На основе результатов опросника Томаса, который предназначен для выявления ведущей стратегии поведения, было проведено исследование с целью выявления влияния и роли руководителя в управлении конфликтами. На основе разработанной анкеты были выявлены объективность и эффективность решения конфликтов директором.

В результате анализа ответов директора на опросник Томаса было выявлено, что он придерживается стратегии компромисса и уклонения. Проанализировав анкеты сотрудников, получились следующие данные: 69% сотрудников указали на то, что директор не часто помогает разрешить конфликты; 72% указали на стратегию посредника в конфликте, директор старается привести стороны к компромиссу; лишь 34% сотрудников считают работу директору в управлении конфликтами продуктивной; больше 80% сотрудников ответили, что редко обращаются к директору за помощью, только в экстренном случае; 54% указали на объективность директора в конфликтах; 63% считают, что среди работников, покинувших компанию были те, кто ушел из-за конфликта; 87% ответили, что большинство конфликтов можно было избежать.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что влияние и роль руководителя в АНО ДО «АВС» очень высокие, но редкое участие в разрешении конфликтов, нехватка объективности и компетентности сводит влияние в негативную сторону. Большинство сотрудников указало на две серьезные проблемы: текучесть кадров, которая связана с конфликтами; большинство конфликтов можно было избежать.

Руководитель в конфликте может быть субъектом, то есть выступать как участник, так и третьей стороной, которая будет в качестве посредника и примирителя. Руководитель не должен пускать ситуацию на самотек, его цель – урегулировать ситуацию. Большая часть успеха от урегулирования конфликта зависит от личных качеств руководителя: стратегическое мышление, своевременное решение в условиях ограниченной информации.

Основой тактики предупреждения конфликта является поддержание и укрепление сотрудничества. Решение данной проблемы носит комплексный характер. Все укрепляющее взаимопонимание и доверие людей, сохраняющее адекватные деловые отношения, способствует минимизации возникновению конфликта.

Методов управления конфликтом существует несколько: внутриличностные, структурные, межличностные, переговоры, ответная агрессия.

В практике существует три направления управления конфликтами: уход, подавление или управления.

Стресс является неотъемлемым спутником конфликта, то есть любой конфликт приведет к стрессу. Стрессы подобно конфликтам могут быть позитивными и негативными.

Причины стресса формируются под воздействием двух групп факторов – личностные и организационные. Для избегания пагубных последствий стресса нужно научиться с ним

управляться. Существуют методы по нейтрализации стрессов: активный отдых, спорт, правильное питание, тайм-менеджмент, расслабление.

Сложность управления организационным конфликтом в том, что на том или ином этапе развития организации важнейшей задачей руководства может стать поддержание оптимального уровня позитивного конфликта. Так как отсутствие конфликтов порождает самодовольство работающих и особенно управленцев. Производственные конфликты не только неизбежны, но и необходимы. Главная задача руководителя состоит в том, чтобы не дать конфликту перейти с производственного на личностный и не дать ему разрушить годами сложившуюся совместимость коллектива.

Для решения конфликта важно знать все его явные и скрытые причины, провести анализ различных позиций и интересов сторон и сконцентрировать внимание именно на интересах, так как в них решение проблемы.

На основе анализа причин возникновения конфликтов необходима система по управлению конфликтами: повышение компетентность директора в сфере управления конфликтами, с помощью тренингов и кратких курсов; делегирование части полномочий по урегулированию конфликтов; обучение преподавательского состава лично или с помощью тренингов; следить за потребностями сотрудников с помощью регулярных опросов и тестов, сбор статистики об уволенных. Эти рекомендации и действия помогут повлиять на эффективность работы организации, повысит психологический климат, рационализирует планирование графиков, сделает преподавателей и директора более компетентными, даст возможности для роста компании.

Самая большая ошибка, которую может совершить руководитель - это игнорирование конфликтов, возникающих в коллективе. Лучшим способом разрешения конфликтной ситуации является сознательный выбор оптимальной стратегии поведения.

Библиографический список

1. Анцупов, А.Я. Конфликтология: Учебник для вузов / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. - СПб.: Питер, 2013. - 512 с.
2. Ворожейкин, И.Е. Конфликтология: Учебник / А.Я. Кибанов, И.Е. Ворожейкин, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова; Под ред. А.Я. Кибанов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 301 с.
3. Живага, А. Ю. Управление конфликтами и стрессами в организации : учебное пособие / А. Ю. Живага. – Южно-Сахалинск : СахГУ, 2019. – 108 с.
4. Зайцев А.К. Социальный конфликт / А.К. Зайцев. - М.: Academia, 2016. - 464 с.

УДК 331.103.4; ГРНТИ 06.77.59

НАСТАВНИЧЕСТВО: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОПЫТА НАСТАВНИЧЕСТВА В РАБОТЕ С ПЕРСОНАЛОМ

Е.Е. Нефедова*, С.В. Верин**

*Рязанский государственный радиотехнический университет им. В.Ф. Уткина,
Рязань, Россия; *nefedova.e.e@rsreu.ru, **veryn3331@yandex.ru*

Аннотация. В статье рассматривается опыт применения наставничества. В современном обществе наставничество распространилось в системе профессионально-технического образования в СССР. С 1950-х годов приобрело характер массового движения. И уже в 2010-х годах в России наметился курс на возрождение этой традиции.

Ключевые слова: наставничество, адаптация, сотрудники, компании.

MENTORING: USING THE EXPERIENCE OF MENTORING IN WORKING WITH STAFF

E.E. Nefedova*, S.V. Verin**

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin,
Ryazan, Russia; *nefedova.e.e@rsreu.ru, **veryn3331@yandex.ru*

Abstract. The article discusses the experience of using mentoring. In modern society, mentoring has spread in the system of vocational education in the USSR. Since the 1950s, it has acquired the character of a mass movement. And already in the 2010s, Russia has set a course for the revival of this tradition.

Keywords: mentoring, adaptation, employees, companies.

Наставничество очень важный и полезный элемент в организации способный полностью раскрыть потенциал сотрудников. Институт наставничества существует с советских времен и в настоящее время очень востребован.

Наставничество это возможность передачи знаний, умений и опыта от более опытного сотрудника менее опытному. В современном понимании наставник это квалифицированный специалист, имеющий опыт работы в компании, который помогает новым сотрудникам адаптироваться, помогает их профессиональному росту и участвует в оценке сотрудника.[0]

Применение наставничества в деятельности организации дает следующие результаты:

- Сотрудник, выполняющий функцию наставничества, развивает собственные навыки управления, повышает и укрепляет свою репутацию в организации, приобретает доверие среди сотрудников.

- Сотрудник получает помощь в адаптации и интеграции в организацию, содействие в профессиональном и карьерном развитии.

- В результате применения наставничества организация получает снижение текучести кадров и формирует свой персонал из высококвалифицированных сотрудников.

Если говорить о применении наставничества на промышленном предприятии, то самым первым положительным эффектом будет минимизация потерь от брака, так как наставник осуществляет контроль и обучение персонала. Это, в свою очередь приводит к уменьшению ошибок при изготовлении деталей и продукта в целом и т.д. Основные улучшения от применения на предприятии системы наставничества, представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Основные результаты внедрения наставничества на производственных предприятиях

По мнению авторов, наиболее полное представление применения наставничества на современных предприятиях дает опыт работы с сотрудниками компании МТС.

В компании разработаны положения «О наставничестве», в котором закреплена цель наставничества, то есть достижение необходимой эффективности работников организации в максимально короткие сроки посредством оптимизации процесса их адаптации и организации процесса обучения на рабочем месте. В положении прописаны также меры материального и нематериального поощрения наставников.

Таким образом, МТС готовит себе, посредством передачи опыта, новых сотрудников которые уже будут знать, что делать и готовы к работе в организации. При приеме на работу наставники, которые передают опыт работы, помогают адаптации новым сотрудникам, что приводит к уменьшению адаптационный период и снижает текучесть кадров, что является большим плюсом для компании. Сама программа была разработана в 2018 году и за период реализации проекта потребность в стажерах в Компании выросла в три раза. « В 2018 г. мы приняли на стажировки 400 человек, треть из которых теперь работает в Компании. Это почти в два раза больше, чем в 2017 г. А география программы расширилась за год с 23 до 50 регионов» [0].

Изначально наставничество для новых сотрудников начинается с программы адаптации. С первого рабочего дня компания уделяет внимание новым сотрудникам обеспечивая их «welcome-пакетами», которые являются приветственным комплиментом и позволяют почувствовать заботу компании уже в самом начале жизни в ней, формируя таким образом личную историю входа в МТС.

Следующий этап адаптации новых сотрудников это прохождение интеграционных курсов компании:

- «Введение в МТС» — «курс молодого бойца» для новых сотрудников, знакомит их с основами бизнеса Компании, ее историей, организационной и корпоративной культурой;
- дистанционный курс «Развитие МТС: от Data до Digital-трансформации», на котором новые сотрудники узнают, что такое digital-трансформация МТС, что в нее входит и чем она обусловлена; получают ответы на вопросы: почему Компания начинает двигаться в новом направлении и почему каждому сотруднику необходимо принять участие в ее «цифровизации»;
- видеокурс «Личная эффективность в эпоху digital».

В итоге, мы можем заключить, основываясь на опыте МТС, что программа наставничества не только помогает новым сотрудникам, но и приносит положительные изменения в саму компанию (рисунок 2):.



Рис. 2. Основные результаты внедрения наставничества в компании МТС

Следовательно, опираясь на представленный опыт одной из ведущих компаний- операторов сотовой связи, можем сделать вывод о том, что применение наставничества имеет большое влияние на успешность компаний и предприятий.

Так же следует отметить, что, не смотря на множество положительных моментов, введение наставничества имеет и свои минусы.

Во-первых: навыки и знания наставника не безграничны. В какой-то момент времени подопечный перерастет своего наставника и тогда это все теряет практический смысл.

Во-вторых: эффективность наставничества связана напрямую с тем, как выстроена система взаимосвязей между его подопечным, начальством и другими сотрудниками.

Основная сложность наставничества заключается в двойственности роли наставника. Он не относится к руководящему составу, но в тоже время он имеет большой авторитет среди сотрудников. Наставник должен быть учителем, а не начальником. Если преодолеть все это, то наставничество будет максимально эффективным и принесет большие плоды организации.

В заключение следует сказать, что наставничество – это очень гибкий инструмент для подготовки новых сотрудников для работы в организации. От того как им пользоваться, такой результат и выйдет.

Библиографический список

1. Наставничество как элемент системы развития персонала в компании [Электронный ресурс]: сайт. Режим доступа <https://hr-portal.ru/article/nastavnichestvo-kak-element-sistemy-razvitiya-personala-v-kompanii>
2. Наставничество на предприятии [Электронный ресурс]: сайт. Режим доступа <https://training-partner.ru/staty/nastavnichestvo-na-predpriyatii.html>
3. Привлечение и адаптация [Электронный ресурс]: сайт. Режим доступа <http://www.our2018.mts.ru/mts-dlya-personala/privlechenie-i-adaptatsiya/index.html>
4. Отдел персонала в ООО «МТС». Состояние системы адаптации персонала [Электронный ресурс]: сайт. https://studbooks.net/1180182/menedzhment/otdel_personala_sooo_sostoyanie_sistemy_adaptatsii_personala
5. Плюсы и минусы наставничества персонала [Электронный ресурс]: сайт. <https://nsportal.ru/shkola/administrirovaniyeshkoly/library/2013/08/21/plyusy-i-minusy-nastavnichestva>.

УДК 316.3; ГРНТИ 04.6

ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА ТРУДОВОГО КОЛЛЕКТИВА КАК ФАКТОРА ВЛИЯЮЩЕГО НА ПРОДУКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАБОТНИКА ПРЕДПРИЯТИЯ Г. РЯЗАНИ

Н.А. Подгорнова

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, podgornova-natalia@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена изучению психологического климата в коллективе организации. Проведен анализ факторов, влияющих на психологический климат организации. Рассмотрена роль стиля руководства в создании положительного психологического климата в организации.

Ключевые слова: психологический климат, стиль руководства, тестирование, оценка психологической атмосферы.

RESEARCH OF THE PSYCHOLOGICAL CLIMATE OF THE WORKING COLLECTIVE AS A FACTOR AFFECTING THE PRODUCTIVITY OF THE EMPLOYEE OF THE ENTERPRISE IN RYAZAN

N.A. Podgornova

*Ryazan State Radio Engineering University,
Russia, Ryazan, podgornova-natalia@mail.ru*

The summary. The article is devoted to the study of the psychological climate in the team of the organization. The analysis of factors influencing the psychological climate of the organization is carried out. The role of leadership style in creating a positive psychological climate in an organization is considered.

Keywords: psychological climate, leadership style, testing, assessment of the psychological atmosphere.

В современном обществе в процессе научно-технического, социально-психологического и материального развития возникает множество противоречивых тенденций, последствиями которых становятся проблемы в сфере психологического климата как обществе в целом, так и коллективе организации в частности.

Психологический климат – это совокупность, комплекс факторов, определяющих психологическое состояние рабочего коллектива, участвующего в производственном процессе. Психологический климат и его состояние напрямую влияют на процессы внутри коллектива, производительность труда и показатели организации в целом.

На психологический климат воздействует множество факторов внешних и внутренних сил: политико-правовые и экономические факторы, такие как состояние экономики в стране и за её пределами, характер взаимоотношений со стейкхолдерами различного уровня влияния и воздействия, официальных и неофициальных организационных структур. На психологический климат воздействуют индивидуальные особенности каждого члена группы или коллектива организации (поведение, психоэмоциональное состояние, пол, возраст и т.д.); поведение и характер руководства управляющего звена. Определяя психологический климат в группе или коллективе необходимо учитывать не только отдельное их влияние, но комплексное воздействие совокупности факторов.

Психологический климат персонала является качественным показателем межличностных отношений, что на прямую проявляется в комплексе условий социально-психологического характера, от которых зависит совместная деятельность, её качество, а также уровень и степень личностного роста каждого участника коллектива. Обязательны внутри коллектива такие факторы, формирующие психологический климат персонала, как ответственность, сплочённость, контактность и доверие всех членов коллектива.

Внутри коллектива присутствуют следующие задачи социально-психологического климата: выявление уровня, направленности эмоционального отношения людей в коллективе и их к труду в целом; определение вида и уровня взаимоотношений между руководящим звеном и подчиненными; определение вида и уровня взаимоотношений непосредственно между коллегами; выявление уровня удовлетворённости заработной платой и иными способами поощрения деятельности человека; выявление уровня закрытия потребности в бытовом и служебном секторе обеспечения труда.

Основные признаки, косвенно указывающие на уровень атмосферы в группе: текучесть кадров; производительность труда; качество продукции и оказываемых услуг; количество прогулов и опозданий; количество претензий, жалоб, поступающих от клиентов, потребителей, сотрудников и высшего руководства; сроки выполнения работы (по плану или с опозданием); аккуратность или небрежность в обращении с оборудованием; частота перерывов в работе.

Руководитель может существенно повлиять на характер межличностных отношений в рабочем коллективе, на отношение к совместной деятельности, удовлетворенность условиями и результатами работы.

Проведено исследования психологического климата в организации ООО «XYZ». Основным предметом деятельности компании является профессиональное оказание услуг в сфере оценочной детальности инвестиционного, финансового, управленческого и других видов консалтинга.

Методика изучения социально-психологического климата по О. Михалюк и А. Шалыто позволяет определить эмоциональный, когнитивные и поведенческий факторы, воздействующие на отношения в коллективе. Основным признаком, рассматриваемым в данном методе, является фактор привлекательности, обуславливающийся такими простыми для членов коллектива категориями как «нравится» или «не нравится», «приятно» или «не приятно». Все вопросы по измерению компонента поведенческого отношения коллектива также обусловлены простыми для понимания категориями как «хочет» ли человек работать в данном коллективе или «не хочет». За основу взят фактор осведомленности или неосведомленности об особенностях членов подразделений.

На основе полученных данных можно сделать следующие выводы. Большая часть - 60% исследуемых работников считают, что довольны обществом коллег на работе, 7% опрошенных сотрудников затрудняются в ответе на данный вопрос и 33% сотрудников считают, что коллектив неприятен (эмоциональный фактор). Также большая часть сотрудников - 60% считают, что в курсе особенностей окружающих их коллег в коллективе, 33% коллектива затрудняются ответить на этот вопрос и 7% опрошенных сотрудников не знают особенностей своих коллег (когнитивный фактор). Последний показатель демонстрирует желание опрошенных продолжать или не продолжать работу в данном коллективе: 47% персонала хотят продолжить работу внутри коллектива, 33% - не знаю «хотят ли они работать» в дальнейшем в данном коллективе, 20% опрошенных сотрудников «не хотят продолжать работу» в данном коллективе (поведенческий фактор). Показатели эмоционального и когнитивного факторов демонстрируют то, что коллектив, в подавляющем большинстве, сплочён, совместную деятельность ведет продолжительный срок, а так же большая часть коллектива положительно отвечает на поставленные вопросы. В коллективе преобладает взаимовыручка и поддержка. Сотрудники совместно участвуют в деятельности организации, регулируя проблемы и исполняя свои обязанности. Результаты исследования свидетельствуют о высоком уровне передачи опыта друг другу, заимствование и применение различного рода умений и навыков, а также об умении соотносить личные цели с целями организации. На данном этапе были выявлены основные тенденции психологического климата организации, а именно, обнару-

жено что большинство персонала чувствуют себя позитивно внутри коллектива. Также была выявлена проблема: значительная часть персонала не определилась со своим отношением к ряду факторов по отношению к организации и коллективной работе.

Для определения факторов, воздействующих на психологический климат персонала, используется метод семантического дифференциала (по А.Ф. Фидлеру). Он определяет атмосферу в организации с точки зрения каждого сотрудника, выявляет тенденции связанных с уровнем тревоги персонала внутри организации за последних три года. Методика интересна тем, что допускает анонимное обследование, а это повышает ее надежность. В бланке ответов теста работник выбирает градации из 8 возможных, которые склоняют его оценку ситуации, происходящей внутри коллектива, либо в положительную сторону, либо в отрицательную.

Таблица 1. Методика оценки психологической атмосферы в коллективе по методу семантического дифференциала (по А.Ф. Фидлеру)

Фактор положительный									Фактор отрицательный
Дружелюбие									Враждебность
Согласие									Несогласие
Удовлетворённость									Неудовлетворенность
Продуктивность									Непродуктивность
Теплота									Холодность
Сотрудничество									Несогласованность
Взаимоподдержка									Недоброжелательность
Увлеченность									Равнодушие
Занимательность									Скука
Успешность									Безуспешность

На основании индивидуальных профилей каждого работника создается средний профиль, характеризующий психологическую атмосферу внутри коллектива организации, а также демонстрирует степень влияния данных факторов на каждого отдельно взятого сотрудника.

Для точечного определения возникновения проблем в психологическом климате и их причин рассматриваются факторы с наибольшим отклонением от позитивного воздействия на психологический климат организации. Итоговый показатель психологического климата колеблется от 10 баллов (наиболее положительная оценка фактора) до 80 баллов (наиболее отрицательная оценка).

Результаты тестирования персонала на оценку психологической атмосферы в коллективе по методу семантического дифференциала за 3 года приведены в таблице 2 и на рисунке.

Таблица 2. Результаты тестирования персонала организации по методу семантического дифференциала за 3 года

Фактор положительный	2020	2019	2018	Фактор отрицательный
Дружелюбие	65	51	46	Враждебность
Согласие	43	41	31	Несогласие
Удовлетворённость	29	27	32	Неудовлетворенность
Продуктивность	18	21	29	Непродуктивность
Теплота	32	32	32	Холодность
Сотрудничество	54	31	31	Несогласованность
Взаимоподдержка	31	24	27	Недоброжелательность
Увлеченность	34	35	36	Равнодушие
Занимательность	28	25	28	Скука
Успешность	68	44	38	Безуспешность

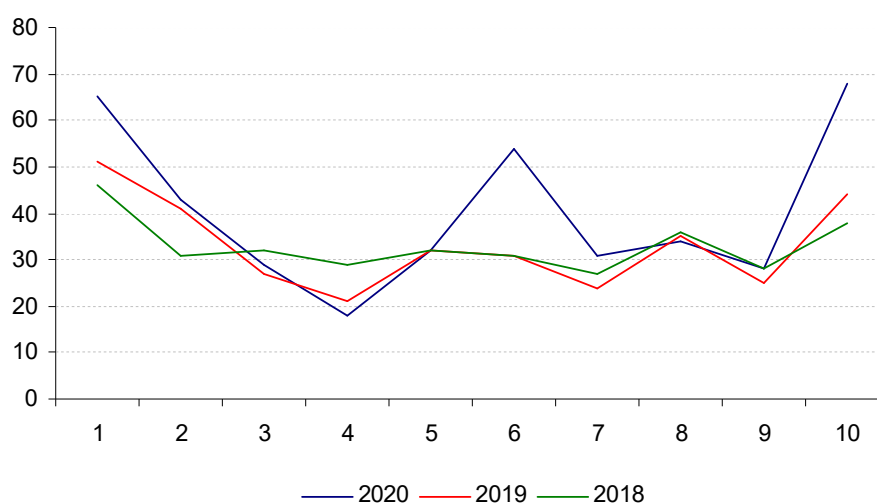


Рис. Оценка психологической атмосферы

Из результатов данного теста можно выделить несколько направлений, негативно сказывающихся на психологическом климате персонала: значительный рост уровня враждебности в ощущениях персонала по отношению к совместной деятельности внутри коллектива, выражение явного или скрытого несогласия внутри коллектива по тем или иным вопросам, а также ощущение сотрудниками безуспешности. Прослеживается позитивная динамика, связанная с продуктивностью деятельности, то есть персонал ощущает качество потраченного времени и ресурсов в процессе произведённого труда и испытывает высокую степень удовлетворённости данным фактом. Персонал испытывает интерес к собственной работе, что характерно отображается в характеристике занимательности труда. Это один из значимых факторов, так как заинтересованность в деле обеспечивает высокий уровень конечного труда и вовлечённости персонала в процесс труда. Выявлен высокий уровень удовлетворённости работников, от которого зависит как текучесть кадров, так и уровень предоставляемых услуг данным персоналом.

Для выявления факторов, обуславливающих негативное воздействие на климат персонала, используется метод опроса «Что бы вы изменили в процессе труда». Проведенное исследование показало наличие в коллективе организации позитивного психологического климата, но который требует доработок и изменений в слабых местах для его улучшения. Была выявлена в целом позитивная тенденция – большая часть персонала удовлетворена как командой, так и отношениями внутри коллектива.

При более детальном рассмотрении состояния психологического климата стали видны чёткие проблемы внутри коллектива, меньшая, но всё же значимая часть персонала либо

не определилась со своим отношением к ситуации внутри коллектива, либо испытывает негативные тенденции внутри психологического климата.

В ходе дополнительных опросов были выявлены основные позитивные стороны психологического климата персонала и основные негативные стороны, из-за которых часть коллектива остается нелояльной к организации. Данные проблемы связаны со стилем управления руководящего звена организации, а также с определённым отношением части коллектива к работе в целом.

Анализ проведенного исследования выявил направления внутри организации, по которым необходима работа для улучшения и устранения негативных факторов, воздействующих на психологический климат персонала: стиль руководства в организации; совершенствование межличностных отношений внутри коллектива; развитие организационного подхода к поиску и исполнению новых контрактов; введение системы развития персонала; введение системы сбора обратной связи от участников коллектива на постоянной основе для мониторинга и улучшения психологического климата.

Стиль руководства в организации - авторитарный, который можно охарактеризовать как излишнюю централизацию основных функций внутри организации. Данный стиль руководства препятствует в большинстве случаев конструктивному взгляду на некоторые аспекты процесса руководства, также пресекается развитие отличного от руководителя взгляда по отношению к управлению, работе и взаимоотношениям в коллективе.

В долгосрочной перспективе такой подход к руководству организацией будет приносить следующие результаты: снижение эффективности труда; снижение инициативности, а также творческого подхода; снижение дисциплины внутри организации; повышение текучести кадров; возникновение споров, конфликтов, недопонимания среди сотрудников.

Что бы исправить уже присутствующую проблему, руководителю организации необходимо пересмотреть свой стиль руководства. Руководителю необходимо выбрать подход, который заключается в распределении обязанностей, инструментов и времени между подчинёнными, создавая акцент на взаимовыручке и совместной работе. Руководителю необходимо предоставить сотрудникам самим принимать некоторые решения. Это даст возможность руководителю увидеть потенциал сотрудников внутри организации, позволит достичь высокого уровня качества работы, стимулирует профессиональный рост персонала организации.

На сколько бы психологический климат не был положительно оценен сотрудниками, для его стабильного развития и улучшения требуются целенаправленные действия как со стороны руководителя, так и со стороны каждого отдельно взятого сотрудника, так как он формируется за счёт поведения людей и атмосферы среди них. Полностью взять под контроль психологический климат внутри организации не возможно, так как он зависит от огромного количества факторов, но благоприятно влиять на него, развивать и укреплять позитивную динамику в состоянии каждая организация и каждый руководитель.

Библиографический список

1. Митрофанова, Е.А. Управление персоналом: Теория и практика. Аудит, контроллинг и оценка расходов на персонал: Учебно-практическое пособие / Е.А. Митрофанова. - М.: Проспект, 2013. - 80 с.
2. Михайлина, Г.И. Управление персоналом: Учебное пособие / Г.И. Михайлина, Л.В. Матраева. - М.: Дашков и К, 2016. - 280 с.

УДК 331.108.2; ГРНТИ 06.77.59

ОЦЕНКА РАБОТЫ НАСТАВНИКА ПРИ ОБУЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА

А.А. Кирюхина, В.В. Ключева, О.Г. Такижбаева

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, boldovka24@mail.ru*

Аннотация. В работе рассматриваются различные методы оценки работы наставника при обучении персонала. Проводится сравнение критериального подхода при выборе претендентов для передачи имеющегося опыта работникам на российских и зарубежных предприятиях. Значительная часть материала посвящена инструментарию оценки работы наставников на ПАО завод «Красное знамя» и дальнейшим рекомендациям по его совершенствованию.

Ключевые слова: методы оценки работы наставника, критериальный подход, ПАО завод «Красное знамя».

EVALUATION OF THE MENTOR'S WORK WHEN TRAINING STAFF

A.A. Kiryukhina, V.V. Klyueva, O. G. Takizhbaeva

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russian Federation, Ryazan, boldovka24@mail.ru*

Abstract. The paper discusses various methods for evaluating the work of mentors in training personnel. A comparison of the criterial approach is carried out when choosing applicants for transferring existing experience at Russian and foreign enterprises. The largest part of the material is devoted to the tools for assessing the work of a mentor at PJSC plant «Krasnoe Znamya» and further recommendations for its improvement.

Keywords: methods for evaluating the work of a mentor, criterion approach, PJSC plant «Krasnoe Znamya».

В современных условиях для повышения уровня своей конкурентоспособности значительная часть компаний стремится к тому, чтобы расширить занимаемую долю рынка и повысить эффективность деятельности. Одним из путей достижения такого положения выступает наличие в организациях высококвалифицированного персонала. При этом, необходимо также уделять внимание развитию кадрового потенциала. Предприятия используют для этого разнообразные методы обучения персонала: прохождение курсов повышения квалификации, участие в тренингах, осуществление ротации кадров, организацию наставничества. Многие компании среди вышеперечисленных способов отдают предпочтение наставничеству.

Процесс наставничества следует рассматривать как с позиции адаптации вновь принятых сотрудников, так и с точки зрения обучения уже работающего персонала второй (смежной) профессии. Использование наставничества как эффективного инструмента развития кадрового потенциала стало достаточно распространенным явлением, показавшим на практике свою результативность при рациональной организации данного процесса. При этом, компании сокращают финансовые затраты на другие формы повышения квалификации кадров и их подготовку. Процессом обучения начинает заниматься опытный сотрудник компании, выступающий в роли наставника и имеющий соответствующий уровень подготовки.

Следует отметить, что наставником может стать не каждый сотрудник. Для выбора претендентов существует список определенных критериев. Однако любое предприятие имеет полное право самостоятельно дополнить этот список, а также разработать собственный и использовать его при организации процесса выбора наставника. Опыт изучения наставничества показывает, что на зарубежных и отечественных предприятиях уделяется различное внимание критериальным подходам при решении данного вопроса [1]. Следовательно, целесообразно рассмотреть наиболее распространенные критерии и частоту их применения в России и за рубежом (рисунок 1).

Анализ информации, приведенный на рисунке 1, показывает, что на российских предприятиях большее внимание уделяется практическим и теоретическим навыкам наставника (соответственно 31 % и 18 %), а на зарубежных – его возрасту (23%).

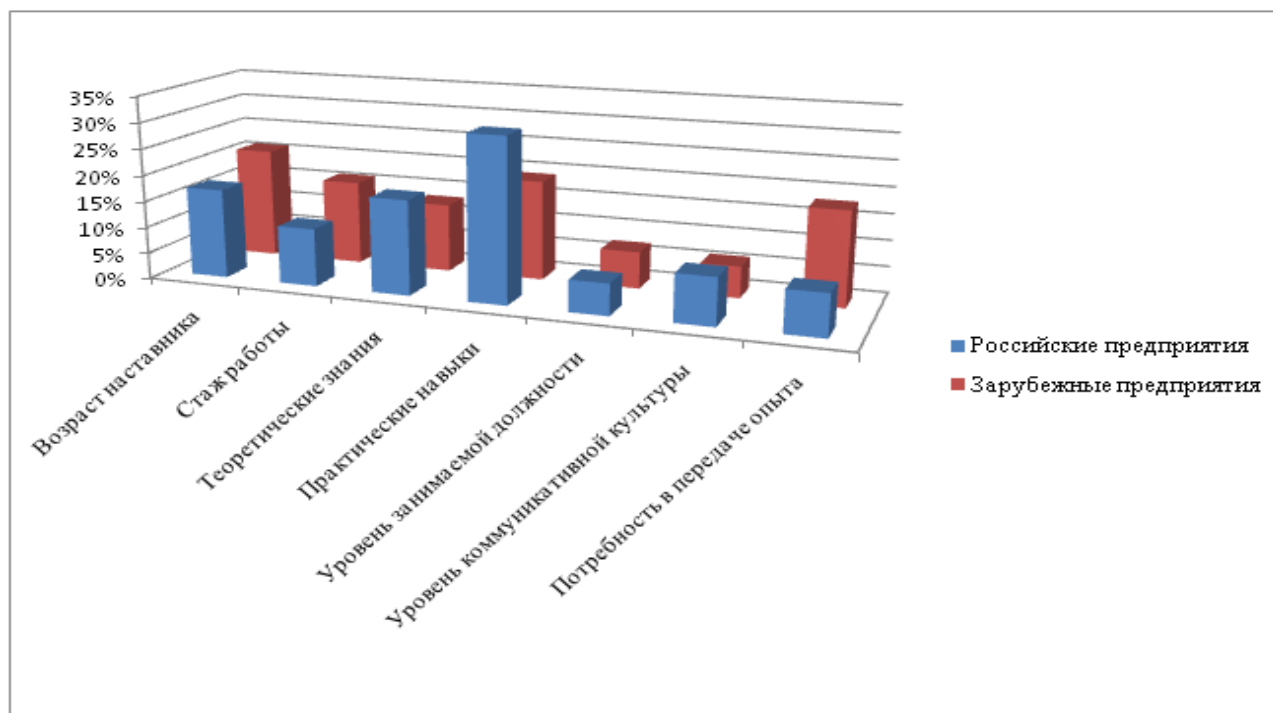


Рис. 1. Роль определенных критериев при выборе наставников на российских и зарубежных предприятиях [2]

Важно отметить, что во всех двух случаях практический аспект намного важнее, чем теоретический. В зарубежных компаниях считают также: чем старше сотрудник, тем он опытнее. К таким критериям как «уровень занимаемой должности» и «уровень коммуникативной культуры» в обоих случаях относятся почти одинаково. «Стаж работы» рассматриваемых кандидатов выступает более важным для иностранных предприятий (16%), чем для российских (11%). «Потребность в передаче опыта» у рассматриваемого сотрудника в зарубежных компаниях доминирует (составляет 18%, что на 10% больше, чем в РФ). Это объясняется тем, что иностранные организации более основательно подходят к вопросу мотивации наставников.

Таким образом, если критерии при выборе наставника на отечественных и зарубежных предприятиях аналогичны, то методы оценки их труда отличаются. Показателен в этом отношении- опыт работы ПАО завода «Красное знамя» по применению способов оценки деятельности сотрудников. На данном предприятии используется ряд методов.

1. Учет результата сдачи экзамена сотрудником, который служит показателем уровня проделанной работы наставника. При успешной сдаче экзамена труд наставника оценивается определенным баллом, что служит основанием для его дополнительного премирования.

2. Проведение анкетирования. После процедуры обучения работника и сдачи им экзамена, всем участникам (наставнику, руководителю подразделения и наставляемому) предлагается ответить на ряд вопросов, отражающих ход процесса наставничества.

3. Оценка деятельности наставника руководителем подразделения осуществляется по схеме, представленной в таблице 1. Такая модель организации процесса наставничества и, соответственно, его оценки применяется на ряде российских предприятий. При этом, она считается эффективной, так как каждая из сторон учитывает специфику собственной деятельности на определенном этапе. Модель предполагает поэтапный процесс передачи опыта,

позволяющий овладеть всеми тонкостями профессии и закрепить полученные знания на практике. Однако может иметь место односторонняя оценка работы наставника, то есть присутствовать определенная доля субъективизма. Следовательно, представляется целесообразным, осуществить дополнение данной модели другими методами оценки процесса наставничества.

Таблица 1. Поэтапная оценка работы наставника при обучении сотрудников на ПАО завод «Красное знамя»

Этапы взаимодействия сотрудника и наставника	Содержание деятельности	Оценка работы наставника*
Демонстрирование операций наставником	Наставник объясняет сотруднику основные практические аспекты его будущей профессии, показывает и комментирует все действия, которые он будет выполнять.	Варьируется от 1 до 5
Выполнение операций совместно с сотрудником	Выполнение операций вместе с работником. Наставнику важно убедиться в том, что сотрудник действительно понимает все ключевые аспекты при выполнении операций.	Варьируется от 1 до 5
Выполнение операций сотрудником	При уверенности в понимании сотрудником всех тонкостей работы, ему предлагается выполнить все операции самостоятельно. Наставнику необходимо находиться поблизости, изредка комментируя действия подопечного.	Варьируется от 1 до 5

*Шкала оценки от 1 до 5, где 1- низкий уровень; 5- высокий уровень (таблица составлена авторами)

В настоящее время существует ряд дополнительных методов оценки работы наставников в зарубежных странах:

1. Метод Д. Киркпатрика. Он основан на системе оценки удовлетворенности сотрудника процессом взаимодействия с наставником по итогам обучения.

2. Метод оценки изменения уровня знаний. Руководителем подразделения разрабатывается тест, отражающий уровень знаний работника о профессии, которую он будет осваивать. Сотрудник отвечает на вопросы теста до начала обучения и повторно после сдачи итогового экзамена. Увеличение количества правильных ответов означает, что наставник грамотно подошел к процессу передачи теоретической и практической базы необходимой информации работнику.

3. Метод 360 градусов. Оценка наставника происходит на основе комплексного заполнения анкеты: руководителем подразделения, коллегами и обучаемым. При этом происходит всесторонняя оценка и учет мнения каждого.

4. Метод оценки по KPI. Он предполагает оценку деятельности наставника по определённой системе показателей. Они бывают качественными, количественными применительно к каждому индивидууму. Оценка результатов работы наставника проводится его непосредственным руководителем.

5. Система бальной оценки. Основана на составлении рейтинга деятельности различных наставников, занятых процессом обучения сотрудников на конкретном предприятии. При этом, проставляются баллы по определенным критериям и по ним определяется лучший наставник. Данный подход содержит в себе элементы морального и материального стимулирования процесса наставничества [3].

Представляется целесообразным, российским предприятиям перенимать зарубежный опыт применения указанных методов для того, чтобы разнообразить их способы оценки персонала и повысить точность результатов. Все методы оценки работы наставников желательно использовать в комплексе.

На предприятии ПАО «Красное знамя», исходя из вышеприведенной информации, желательно дополнительно внедрить «метод оценки по КРІ». Важно, опираться не только на стандартные критерии оценки, но и внедрять новые. Например, одним из них может стать процент сотрудников, обученных наставниками в течение года, сдавших экзамен на «хорошо» и «отлично» и проработавших после этого больше года на предприятии. На ПАО «Красное знамя», вполне возможно, также использовать систему балльной оценки наставников. Для этого сотрудникам отдела кадров необходимо разработать собственные критерии для выведения баллов, которые должны соответствовать специфике работы предприятия.

Сотрудникам служб по работе с персоналом на российских предприятиях необходимо совершенствовать процесс отбора претендентов, занимающихся обучением кадров, подходя к этому вопросу более ответственно и внимательно. Важно отбирать наиболее значимые критерии при назначении наставников (стаж работы, качество выполняемых действий, уровень обладания коммуникативной культурой, практические и теоретические навыки и т.д.). При этом они должны соответствовать специфике конкретного подразделения или предприятия в целом. Для эффективного взаимодействия сотрудников друг другом необходимо также уделять внимание психологическому аспекту.

Опыт функционирования как отечественных, так и зарубежных предприятий показывает, что в настоящее время существует множество способов оценки наставничества. Однако структурным подразделениям по работе с персоналом важно не останавливаться на использовании только одного метода, а применять их в совокупности или разрабатывать свой собственный комплексный способ оценки работы наставников. Это может существенно повысить эффективность деятельности каждого предприятия.

Библиографический список

1. Петрова, Ю. А. 10 критериев оценки персонала: учебное пособие / Ю. А. Петрова, Е. Б. Спиридонова. - 2-е изд. // Саратов: Ай Пи Эр Медиа. - 2019. - С.50-51.
2. Мизинцева, М. Ф. Оценка персонала: учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ф. Мизинцева, А. Р. Сардарян // М: Юрайт. - 2018. - С.150-152.
3. Иванова, И.А. Система оценки персонала в организации: учебник / И. А. Иванова, Е. В. Камнева, И. А. Кохова [и др.]; под редакцией М. В. Полевой // М: Прометей. - 2018. - С. 100-105.

УДК 331.08; ГРНТИ 06.77.59

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

К.Р. Мухина, А.С. Никитина

Белорусский национальный технический университет,
Республика Беларусь, Минск, alina_732@icloud.com

Аннотация. В работе рассматриваются принципы и методы управления персоналом. Приводятся все принципы и методы построения системы управления персоналом.

Ключевые слова: управление персоналом, принципы управления персоналом, методы управления.

PRINCIPLES OF PERSONNEL MANAGEMENT

K.R. Mukhina, A.S. Nikitina

Belarusian National Technical University,
Republic of Belarus, Minsk, alina_732@icloud.com

The summary. The article discusses the principles and methods of personnel management. All the principles and methods of building a personnel management system are given.

Keywords: personnel management, principles of personnel management, management methods.

Управление персоналом - это комплексное, целенаправленное воздействие на команды и отдельных сотрудников с целью создания оптимальных условий для творческой, активной и сознательной работы, направленной на высококлассный результат.

Современный подход уделяет особое внимание вкладу сотрудников, достижению корпоративных целей, таких как лояльность клиентов и прибыльность. Во время пересмотра концепции "управления персоналом" в конце 1990-х гг. Регулируемые отношения между работодателями и работниками были заменены атмосферой сотрудничества со следующими признаками:

- сотрудничество небольших рабочих групп;
- фокус на удовлетворенности клиентов;
- большое внимание уделяется бизнес-целям и вовлечению сотрудников в достижение этих целей;
- объединение иерархических организационных структур и передача ответственности руководителям рабочих групп.

Существует три уровня управления: оперативный, стратегический и тактический. Они различаются по объему задач и времени их выполнения. Оперативный уровень представляет собой все функции управления персоналом, от анализа данных сотрудников до расчета их затрат до управления персоналом. Тактический уровень подчеркивает, что работа с персоналом является одним из общих процессов управления персоналом. Стратегический уровень должен повышать конкурентоспособность, поддерживать бизнес-стратегию и так далее.

Рассмотрим факторы, воздействующие на персонал и требующие учёта при прогнозировании его поведения:

Организационно - экономические факторы связаны с разделением и организацией труда, организационно-правовой формой предприятия, системой связи, организацией производства, экономическим состоянием и особенностями сельского хозяйства и т. д. Эти факторы рассматриваются в комплексе экономических и управленческих наук.

Административно-управленческие факторы связаны с методами административного управления, с особенностями реализации управленческих функций. Эти факторы будут рассмотрены менеджментом и бизнес-администрированием, новой дисциплиной для Беларуси.

Технико-технологические факторы находятся в сфере интересов инженерно-технологических дисциплин, нас интересуют особенности взаимодействия человека с техникой. Этими проблемами занимаются организация труда, психология труда и инженерная психология.

Правовые факторы связаны с применением современного законодательства в области труда, трудовых отношений и условий труда. Это делается законом, профсоюзами и государственными органами.

Групповые факторы исследуются социологией и социальной психологией. Они связаны с процессом социализации индивида, с его потребностью быть в группе, играть социальные роли, взаимодействовать, сотрудничать, чувствовать заботу и заботиться о других.

Личностные факторы отражают системную природу личности человека, ее уникальность и изучаются психологией.

Принципы управления персоналом - это правила, которым менеджеры и специалисты должны следовать в процессе управления персоналом. Они отражают требования объективно действующего экономического законодательства и цели.

Основная цель системы управления персоналом на предприятии - обеспечить компанию персоналом, организовать ее эффективное использование, профессиональное и

социальное развитие. При создании системы управления персоналом необходимо соблюдать следующие принципы:

- Принцип умелого использования и сочетания командных единиц и коллегиальности в управлении.
- Принцип научной обоснованности менеджмента-принцип, согласно которому вся управленческая деятельность должна осуществляться на основе применения научных методов и подходов.
- Принцип планирования - это принцип определения основных направлений, задач и планов будущего развития организации.
- Принцип сочетания прав, обязанностей и ответственности-это принцип, по которому каждому подразделению организации присваиваются определенные обязанности.
- Мотивационный принцип - это принцип, при котором менеджеры внедряют систему вознаграждений и наказаний, чтобы мотивировать людей работать над достижением целей организации.
- Принцип стимулирования - это процесс использования различных стимулов для мотивации людей. Это одно из средств, с помощью которых мотивация может быть реализована.
- Принцип демократизации менеджмента-принцип участия в управлении организацией для всех сотрудников.
- Принцип согласованности - это принцип, требующий тесной взаимосвязи между экономическими, социокультурными и технологическими решениями в процессе управления.
- Принцип эффективности - это принцип достижения поставленных целей за короткое время и с минимальными потерями человеческой энергии.
- Принцип основного соединения-это принцип поиска и решения наиболее важных из многих задач.
- Принцип оптимальности - это принцип сочетания творческой деятельности рядовых сотрудников и руководства сверху.

Мониторинг и подотчетность реализации решений-принцип проверки и непрерывного мониторинга.

Существуют также принципы управления персоналом, выделенные В.И. Кноррингом, - принцип определения, принцип правовой защиты, принцип оптимизации управления, принцип управления потоком, принцип авто-комментария и т. д.

Все принципы построения системы управления персоналом реализуются в сотрудничестве. Их сочетание зависит от конкретных условий функционирования системы управления персоналом компании. Для построения системы управления персоналом используются различные методы: системный анализ служит методическим инструментом систематического подхода к решению проблем, направленных на совершенствование системы управления персоналом.

Системный анализ служит методическим инструментом для систематического подхода к решению проблем, направленных на совершенствование системы управления персоналом.

Методы управления - это набор методов воздействия на управляемый объект для достижения целей организации:

Административные методы. Они основаны на правовой поддержке менеджмента в соответствии с действующим законодательством и носят нормативный характер. К этой группе относятся методы организационного регулирования, нормирования, формирования и управленческих действий. Эти методы работают в соотношении единства командования, дисциплины и ответственности.

Акты организационного нормирования, а также организационно-методические

инструкции являются нормативными.

Административное влияние выражается в виде приказа, приказа или инструкции, правовые акты не носят нормативного характера. Они издаются для придания юридической силы управленческим решениям. Заказы размещаются руководителем организации, приказы и инструкции предоставляются руководителями отделов.

Административное влияние выражается в виде порядка, правовые акты не носят нормативного характера. Они издаются для придания юридической силы управленческим решениям. Заказы размещаются руководителем организации, приказы и инструкции предоставляются руководителями отделов.

Приказ - это письменное или устное указание менеджера на решение конкретной задачи.

Методы хозяйственного управления-это набор экономических рычагов, с помощью которых цель достигается путем воздействия на экономические интересы управляемого объекта:

Существуют социально-психологические методы-это набор специфических методов воздействия на личные отношения и связи, возникающие в трудовых коллективах, а также на протекающие в них социальные процессы, то есть социальные отношения.

Основными целями этих методов являются формирование позитивного социально-психологического климата в коллективе и раскрытие личных способностей каждого сотрудника. К таким методам относятся психологическая мотивация, гуманизация и обогащение труда.

Максимальная эффективность и качество функционирования системы управления персоналом достигается за счет комплексного применения системного метода. Вы можете использовать методы для отображения объекта улучшения со всех сторон, чтобы избежать ошибок оценки.

Библиографический список

1. Управление персоналом [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.brsu.by/sites/default/files/ecoperate/YMI/kurs_lekciy_up.pdf. – Дата доступа: 10.02.2021
2. Принципы управления персоналом [электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/59067/menedzhment/printsipy_upravleniya_personalom. – Дата доступа: 11.02.2021
3. Принципы и методы управления персоналом [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.grandars.ru/college/biznes/principy-upravleniya-personalom.html>. – Дата доступа: 11.02.2021

УДК 005.95; ГРНТИ 82.17.25

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУТСОРСИНГА ПРИ РАБОТЕ С ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

В.О. Буланова, О.Г. Такижбаева

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, vvvbulanova99@gmail.com*

Аннотация. В работе рассматриваются специфические особенности использования аутсорсинга при работе с производственным персоналом предприятия.

Ключевые слова: аутсорсинг, производственный персонал, производственное предприятие, использование аутсорсинга, организация работы производственного персонала.

THE SPECIFICS OF USING OUTSOURCING WHEN WORKING WITH THE PRODUCTION STAFF OF THE ENTERPRISE

V.O. Bulanova, O.G. Takigbaeva

*Ryazan State Radio Engineering University named after V.F. Utkin,
Russia, Ryazan, vvvbulanova99@gmail.com*

The summary. The paper considers the specific features of using outsourcing when working with the production personnel of the enterprise.

Keywords: outsourcing, production personnel, production enterprise, use of outsourcing, organization of work of production personnel.

Современные бизнес-процессы и рыночные тенденции находятся в постоянном изменении, что требует от предприятий большей гибкости, продуманности и экономии в вопросах организации хозяйственной деятельности. Данная ситуация особенно обострилась в текущее время в связи с пандемией коронавирусной инфекции, заставившей руководителей организаций пересмотреть вопросы ведения бизнеса. Многим предприятиям в связи с резким уменьшением размеров прибыли пришлось сократить численность персонала и находить наиболее экономные способы организации бизнес-процессов.

Одним из способов, позволяющих предприятиям выжить в условиях изменяющейся внешней среды, является аутсорсинг. Он представляет собой последовательность организационных решений, суть которых состоит в передаче некоторых, ранее самостоятельно реализуемых организацией функций или видов деятельности внешней организации или, как принято говорить, «третьей стороне» [1].

Сама концепция аутсорсинга, как новая стратегия управления предприятием, была разработана в 1963 году компанией «Electronic Data System», которая применяла его в сфере информационных технологий. В Российской Федерации данное явление появилось лишь после распада командно-административной системы с возвратом к рыночной экономике. Изначально в России аутсорсинг был связан с появлением частных охранных предприятий, затем рекламных агентств, PR-агентств и исследовательских компаний.

Организации, пользующиеся услугами аутсорсинга, самостоятельно определяют, какие функции или бизнес-процессы необходимо передать «третьей стороне». Это определяет многообразие существующих форм и направлений аутсорсинга.

На производственную сферу также оказывают большое влияние современные тенденции, и здесь получило распространение использование услуг «третьей стороны».

Производственный аутсорсинг представляет собой передачу обязанностей выполнения процессов по изготовлению товаров или их подготовки до уровня полуфабрикатов [2].

Переход на аутсорсинг является многоступенчатым процессом, включающим в себя несколько этапов. Основные этапы, необходимые для его правильной организации, в том числе и на производственном предприятии, представлены на рисунке 1.

Специфика применения производственного аутсорсинга заключается в том, что его целесообразно применять в нескольких ситуациях:

- 1) Если производство выступает непрофильным бизнес-процессом.
- 2) Когда предприятие проводит комплекс работ, связанных с достижением определенной цели в процессе изготовления товаров. Например, когда оно занимается сборкой оборудования, а процессы изготовления комплектующих деталей передаются бизнес-партнерам.
- 3) При отсутствии у предприятия необходимых производственных мощностей. Например, когда предприятие занимается обработкой сырья в большом объеме и все мощности направляются на этот процесс. При этом для изготовления деталей могут использоваться услуги аутсорсеров.
- 4) В случае увеличения объемов производства. Например, когда на предприятие поступает сразу несколько заказов, то для того, чтобы справиться с возложенной нагрузкой, некоторые вспомогательные процессы могут передаваться на аутсорсинг.

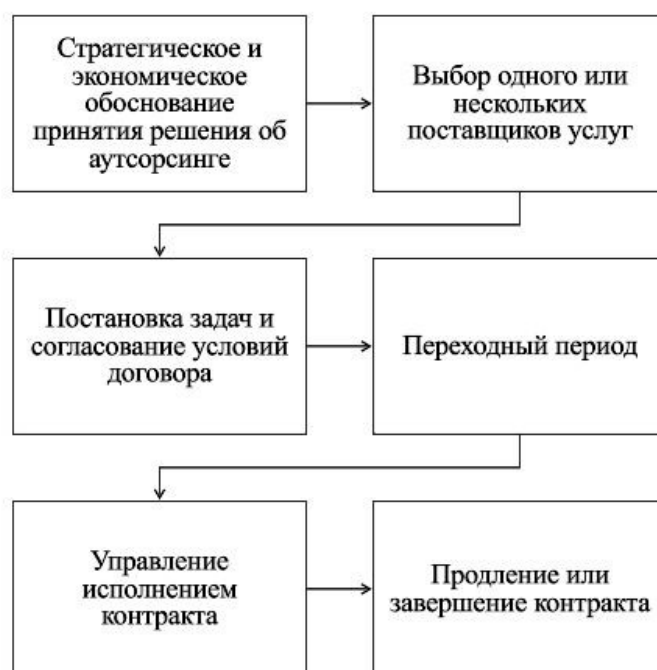


Рис. 1. Этапы перехода предприятия на аутсорсинг

Использование аутсорсинга при работе с производственным персоналом предприятия во многом зависит от особенностей производства и вида изготавливаемой продукции. Процесс ее создания может состоять из большого количества этапов. С увеличением сложности изготовления продукта возрастает перечень операций, проводимых при его производстве. Поэтому некоторые производственные предприятия могут решить сконцентрировать большую часть своих ресурсов и мощностей на выполнении основных операций, а для второстепенных - привлекать персонал аутсорсинговых компаний.

Производственные предприятия нередко являются недостаточно автоматизированными, поэтому их работа во многом зависит от состояния человеческого ресурса. Большинство организаций в процессе своей работы сталкиваются с ситуацией динамики спроса на изготавливаемую ими продукцию и, соответственно, с изменением объема заказов и планов выпуска. При увеличении плана выпуска возникает необходимость наращивания ресурсов производства, в том числе и трудовых, следовательно, возникает проблема увеличения штата производственного персонала. Решить ее можно двумя способами: набор персонала и использование аутсорсинга.

Например, в Рязанском филиале АО «Гамма» применяется производственный аутсорсинг. Компания «Гамма» - один из первых в России производителей материалов для творче-

ства, игры и самовыражения, выпускающих такие продукты, как акварель, гуашь, акрил, масляные краски, батик, пластилин, тесто для лепки, цветные карандаши, мелки, пастель, уголь, оборудование и инструменты для живописи, жидкую канцелярию.

При условии выполнения нормы выработки изделий на операции “Комплектация кистей в конверт” в течение смены 11 часов штатному укладчику-упаковщику было бы начислено 217, 61 рублей в час. Осуществление аналогичной операции при помощи услуг аутсорсера обходится в 145 рублей в час. В таблице 1 представлено сопоставление затрат предприятия на содержание штатного укладчика-упаковщика и специалиста и аутсорсинговой компании.

Таблица 1. Два варианта затрат предприятия на содержание укладчика-упаковщика в АО “Гамма” (в среднем, за февраль 2021 года)

Статьи затрат	Сумма, руб.
На специалиста из аутсорсинговой компании	
Услуги по упаковке и укладке продукции Заказчика	30 305
НДС	6 061
Итого:	36 366
На штатного специалиста	
Заработная плата	45 480
Обязательное медицинское страхование	2 319,48
Обязательное пенсионное страхование	10 005,6
Обязательное социальное страхование	1 318,92
Страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний	90,96
Итого:	59 214,96

На основе данного анализа можно сделать вывод, что использование услуг “третьей стороны” является менее затратным способом решения проблемы, чем набор и содержание штатного специалиста на данном предприятии.

Еще одним примером успешного использования аутсорсинга на производстве является опыт ПАО “Газпромнефть Восток”, которое выступает структурным подразделением ПАО “Газпром” - газодобывающей и газораспределительной компании. Данная компания приняла решение перевести на аутсорсинг часть вспомогательного производства - ремонтные работы. По данным отчетов ПАО “Газпромнефть Восток” было выявлено, что за последние пять лет в связи с использованием аутсорсинга технологическая себестоимость ремонтных работ уменьшилась на 2626106 рублей [4].

В случае применения аутсорсинга при работе с производственным персоналом, наряду с уменьшением затрат, у предприятия могут возникать и другие последствия его использования. Преимущества и недостатки привлечения сотрудников “третьей стороны”, как способа организации хозяйственной деятельности, представлены на рисунке 2.

При использовании аутсорсинга в работе с производственным персоналом предприятий важными аспектами являются организация порядка управления аутсорсерами, нормирование и порядок оплаты их труда, определение ответственных лиц за брак и, конечно, заключение договора.

Управлять работой аутсорсеров, координировать их деятельность могут бригадиры или мастера из компании-аутсорсера или из компании-заказчика. Предприятия могут выбирать подходящий для себя вариант, учитывая сложность и специфику передаваемой на аутсорсинг функции, и исходя из опыта, квалификации самой аутсорсинговой компании. Например, на АО “Гамма” каждая бригада аутсорсеров возглавляется своим бригадиром-аутсорсером, осуществляющим контроль за ее деятельностью и отвечающим за результаты труда работников.

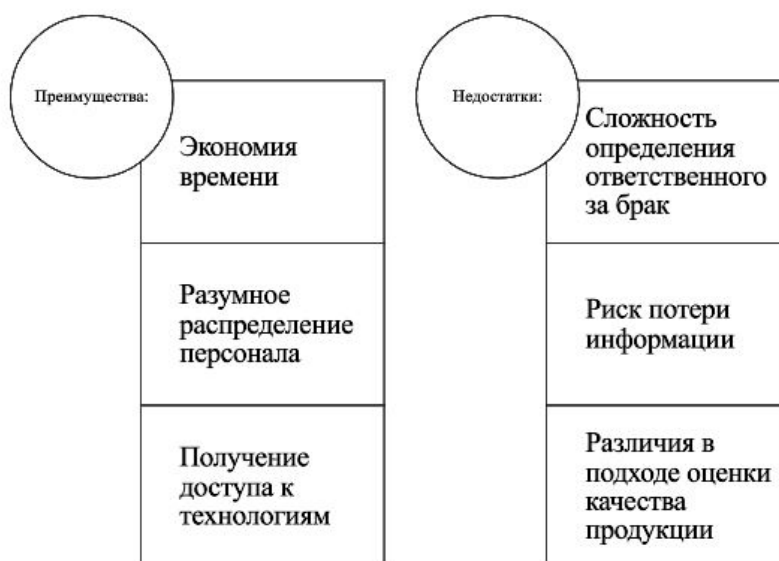


Рис. 2. Основные преимущества и недостатки использования аутсорсинга производственного персонала в организации

Нормирование и определение способа оплаты труда персонала “третьей стороны” также зависит от конкретных условий производства. Например, на предприятии для оплаты труда укладчика-упаковщика может использоваться сдельная форма, и такая же форма может применяться для специалиста подобного профиля из аутсорсинговой компании.

На АО “Гамма” для всех привлекаемых сторонних сотрудников устанавливаются специальные нормы выработки - от 40 до 70% от нормы выработки штатных специалистов. При этом их труд оплачивается по сдельным расценкам, исходя из выработанного количества единиц продукции. Перечень предоставляемых услуг, их объем, сроки реализации и способ оплаты должны быть зафиксированы в соответствующем договоре.

Таким образом, производственные предприятия осуществляют множество бизнес-процессов, сложных операций по изготовлению продукции, обладают разными по величине мощностями и ресурсами и получают отличающиеся по объему заказы выпуска продукции. Все эти факторы находятся в тесной зависимости от условий внешней среды. Представляется, что использование аутсорсинга является выгодным способом организации работы с производственным персоналом предприятия.

Библиографический список

1. Аникин Б. А., Рудая И. Л. Аутсорсинг и аутстаффинг. Высокие технологии менеджмента; ИНФРА-М - М., 2019. - 320 с.
2. Одегов Ю. Г., Долженкова Ю. В., Малинин С. В. Аутсорсинг в управлении персоналом. Учебник и практикум; Юрайт - М., 2019. - 390 с
3. Туровец, О.Г. Организация производства и управление предприятием: Учебник / О.Г. Туровец, М.И. Бухалков, Ю.П. Анисимов. - М.: Инфра-М, 2019. - 544 с.
4. Финансовый календарь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazprom.ru/investors/financial-calendar/2017/> (дата обращения: 05.03.2021)

УДК:005.95; ГРНТИ 82.17.25

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ МАТЕРИАЛЬНОГО НЕДЕНЕЖНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА РАБОТНИКОВ КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

К.А. Михайлова, О.Г. Такижбаева

*Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина,
Российская Федерация, Рязань, crixd55@yandex.ru*

Аннотация. В работе рассматривается использование отдельных видов материального неденежного стимулирования труда работников как способ оптимизации деятельности организации.

Ключевые слова: стимулирование, персонал, социальный пакет, анализ, сотрудники, опрос.

THE USE OF CERTAIN TYPES OF MATERIAL NON-MONETARY INCENTIVES FOR EMPLOYEES ' LABOR AS A WAY TO OPTIMIZE THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES

K.A. Mikhailova, O.G. Takizhbaeva

*Ryazan State Radio Engineering University named after V. F. Utkin, Ryazan,
Russian Federation, crixd55@yandex.ru*

Annotation. The paper considers the use of certain types of material non-monetary incentives for employees as a way to optimize the organization's activities.

Keywords. Incentive, staff, social package, analysis, employees, survey.

В настоящее время организации всё чаще сталкиваются с тенденциями уменьшения численности персонала, но значительное влияние на них в Российской Федерации оказала ситуация с пандемией. Однако, несмотря на это, каждая компания должна продолжать своё развитие, поэтому руководителям организаций необходимо осуществлять совершенствование системы стимулирования, в первую очередь материального. Она призвана ориентироваться на поощрение и удержание тех сотрудников, которые наиболее квалифицированы и приносят предприятиям значительный доход.

Существуют различные виды стимулирования труда работников организаций, но среди них, в создавшихся социально-экономических условиях, важно выделить такие, которые дополняют оплату труда. К их числу можно отнести материальные неденежные поощрения, имеющие определенную значимость для сотрудников в современных условиях. Как показывает практика, неденежное стимулирование труда работников имеет достаточно важное значение для средних и крупных организаций с численностью персонала от 100-200 человек и более.

Среди материальных неденежных стимулов применяются те, которые имеют материальную ценность и представлены в виде специальных льгот и компенсаций (так называемые бенефиты или социальные пакеты) [1].

Основными задачами при формировании социального пакета и льгот выступают:

- 1) Создание положительного имиджа компаний.
- 2) Увеличение конкурентоспособности и привлекательности организаций на рынке труда, обеспечивающих приток новых квалифицированных сотрудников.
- 3) Предотвращение негативных тенденций, связанных с текучестью персонала.
- 4) Укрепление и создание благоприятного социально-психологического климата в коллективе.
- 5) Повышение уровня преданности работников организаций, вызывающее ощущение защищённости и заботы о каждом сотруднике.

Социальный пакет и льготы, которые предоставляет каждая организация своему персоналу, должны быть уникальны и выгодны для обеих сторон — как для предприятия, так и для его работников.

В сложившихся негативных условиях, повлиявших на рыночную конъюнктуру, доходы некоторых предприятий снизились, в связи с этим, возможности наращивания материального денежного стимулирования труда работников сократились. Поэтому предоставление социального пакета персоналу приобретает всё большую значимость в организациях. Выделяя социальные льготы, каждая компания стремится продемонстрировать своим сотрудникам, что руководители стараются учитывать и решать их конкретные проблемы.

Структура формирования социального пакета и льгот в организации, должна разрабатываться с учётом общих требований и особенностей, направленных на эффективное дополнительное стимулирование труда персонала [2]. Например, социальный пакет и льготы, предоставляемые работникам в компании ООО Санаторий «Солотча», включает в себя:

- 1) Осуществление компенсации транспортных расходов на передвижение (проезд на автобусе персонала на работу и возвращение домой).
- 2) Использование бесплатного Wi-Fi на рабочем месте.
- 3) Выделение 10-ти % скидок сотрудникам на санаторные и медицинские услуги (в санатории «Солотча»).
- 4) Предоставление персоналу определенной униформы.
- 5) Оплата каждому работнику услуг мобильной связи.
- 6) Создание условий для обучения и повышения квалификации каждого сотрудника.

Для изучения отношения работников вышеприведенной организации к действующей системе материального неденежного стимулирования в январе 2021 года был проведён социологический опрос. Объектом исследования выступили мнения сотрудников санатория «Солотча». В результате было выявлено, что наиболее желательными для персонала санатория элементами социального пакета являются следующие: на возможность обучения и повышения уровня квалификации указали 30% работников; на своевременное осуществление перевозок кадров собственным транспортом – 28%; на предоставление 10-ти % скидок своим сотрудникам для получения санаторных и медицинских услуг от организации - 23% работников; на обеспечение сотрудников бесплатным Wi-Fi в рабочее время обратили внимание 9 % опрошенного персонала, а на выделение специальной униформы и на оплату мобильной связи указали всего 6 % и 4% работников, соответственно, что представлено на рисунке 1.



Рис.1. Результаты социологического опроса отношения работников к элементам социального пакета и льгот в ООО Санаторий «Солотча»

Проведённый анализ структуры элементов социального пакета и предоставляемых льгот сотрудникам показал, что было бы целесообразно их дополнить:

- 1) Выделение скидок на санаторные и медицинские услуги организации не только собственным сотрудникам, но и членам их семей.
- 2) Осуществление частичной оплаты коммунальных услуг (30%).
- 3) Использование скидок в размере 15% на медицинские средства для персонала зрелого и предпенсионного возраста.
- 4) Формирование механизма бесплатного питания персонала в течение рабочего дня.
- 5) Предоставление кадрам санатория билетов в различные театры и подарков к праздникам.

Наличие социального пакета и льгот сотрудникам постепенно становятся неотъемлемой частью имиджа организаций, стремящихся к сохранению оптимального кадрового состава и рассчитывающих на дальнейшие перспективы своего развития. В связи с этим каждое предприятие должно серьёзно относиться к созданию не только оптимального функционирования системы оплаты труда, но и к разработке качественного материального неденежного стимулирования. Это позволит повысить эффективность деятельности каждой компании и усилит уровень их конкурентоспособности на рынке.

Библиографический список

1. Соломанидина Т. О., Соломанидин В. Г. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Учебник и практикум. - М.: Издательство Юрайт. - 2020. - С. 323.
2. Токарева Е.А. Повышение эффективности деятельности организации на основе совершенствования стимулирования персонала в условиях рынка. - М.: Наука. -2017.- С. 542.

СОДЕРЖАНИЕ

ИНФОРМАЦИЯ О IV МЕЖДУНАРОДНОМ ФОРУМЕ «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ» СТНО-2021».....	3
МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ».....	5
СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА».....	5
Кострова Ю.Б. К вопросу о внедрении инноваций на предприятии.....	5
Шибаршина О.Ю. Современные подходы к проведению модернизации на предприятии.....	8
Ларионова О.А., Ларионов А.И. Активность российских предприятий и организаций в сфере цифровизации экономики.....	13
Румянцев Р.С. Отбор факторов в эконометрическую лаговую модель промышленного потенциала регионов.....	16
Давыдова Е.И. Исследование скрытых временных эффектов, влияющих на состояние уровней рабочей силы регионов России.....	21
Алтынова Н.В. Адаптация концепции экономики впечатлений к дистанционной модели продаж.....	25
Силантьева И.А. Применение методов анализа взаимосвязи временных рядов для прогнозирования объемов кредитования населения с использованием статистики запросов поисковых систем.....	29
Митенкова А.Е., Никулова В.П. Контроллинг как важнейшая составляющая инновационного развития предприятия.....	34
Голева Н.И., Голев В.И. Роль контроллинга в реализации инвестиционных проектов предприятия.....	38
Горшков П.В. Модель потока объемов производства.....	42
Рунцо Ю.А., Швайка О.И., Современные тенденции в управлении корпоративными финансами в России и за рубежом.....	46
Рубцова Н.А., Морозова А.А. Влияния пандемии COVID-19 на экономику России. Плюсы и минусы.....	52
Кипарисова А.Р., Швайка О.И. Особенности менеджмента организации в эпоху цифровизации.....	55
Говрякова М.А.	

Исследование региональных различий зависимости конечного потребления от экономических показателей материального благосостояния и рынка труда регионов Центрального федерального округа.....	60
Беликова С.Н., Кошелева Н.Г. Антикризисный менеджмент, эффективность антикризисного управления.....	66
Швайка О.И. Система управления маркетинговыми технологиями продвижения в компании.....	70
Федорова Л.А. Ключевые проблемы построения бизнес-архитектуры современного промышленного предприятия.....	76
Соловьева И.П., Куприянова М.В. Проблемы оценки уровня цифровизации регионов РФ.....	79
Аксенова И.А., Соловьёва И.П. Повышение эффективности деятельности малого предприятия.....	83
Башаева Е.В., Руденко А.В. Маркетинг и его особенности в банковской деятельности.....	86
Белова А.А. АВС-анализ для исследования запасов коммерческого предприятия.....	89
Мишин В.Б. Совершенствование научно-технологического процесса как основа стратегического развития производственного предприятия.....	93
Калмыкова М.А., Соловьева И.П. Анализ формирования доходов предприятий на примере АО «Рязский авторемонтный завод».....	100
Штрыков А.К. О некоторых тенденциях страхового рынка России.....	105
Ишназаров А.И., Абдуллаева Д.К. Анализ состояния и перспектив развития малого бизнеса в условиях цифровизации экономики Узбекистана.....	110
Камордин А.А. Методы планирования, отбора и оценки персонала.....	116
Давиденко Л.М. Современные технологии экологического менеджмента промышленных компаний.....	119
Подгорнова Н.А. Предпрогнозный анализ как инструментальный снижения риска и повышения надежности прогноза в управлении денежными потоками.....	122
Попова Н.Е. Актуальные проблемы внедрения концепции бережливого производства на российских предприятиях.....	127
Елманов М.Р. Рынки труда КНР, ФРГ, Соединенного Королевства и России.....	131

Перфильев С.В., Елманов Н.Р.

Анализ удовлетворенности потребителей четырьмя сферами бизнеса
на основе соотношения «цена/качество» на территории Рязанской области..... 138

Секция «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ»..... 145

Гаврикова А.С.

Политическое управление и опыт использования политических технологий
в избирательном процессе..... 145

Горностаев А.И., Шевченко К.А., Качармина Е.А.

Качество подготовки водителей, как основа безопасности дорожного движения..... 150

Теплухина А.А.

Анализ результатов бюджетной реформы в РФ..... 154

Чикина С.Ю., Барышникова В.М.

История развития и управления дистанционным образованием в России в 21 веке..... 158

Сайян К.Т.

Анализ деятельности счетной палаты РФ..... 163

Уразгалиева А.К.

Институт президентства в США и Германии: сравнительный анализ..... 166

Романов Р.Р.

Анализ системы управления физической культуры и спорта в Российской Федерации..... 169

Семина Е.А., Горбова О.Ю.

Анализ реализации молодежной политики на примере Рязанского региона..... 172

Нефедова Е.Е., Гришаев К.С.

Проблемы престижа государственной службы и пути их решения..... 175

Перфильев С.В., Кузнецова О.И.

Оценка развития конкуренции на территории муниципального района на примере
Клепиковского района Рязанской области..... 179

Савельева А.О.

Совершенствование управления благоустройством города: опыт Орехово-Зуево..... 183

Горбова О.Ю., Кузнецова О.И.

Анализ удовлетворенности услугами субъектов естественных монополий
на территории Рязанской области..... 186

Зимакова М.А., Дронов В.Н.

Исследование проблем трудоустройства молодежи на рынке труда Рязанской области..... 190

Секция «УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ»..... 198

Нефедов Д.В., Нефедова Е.Е.

К вопросу применения прелиминаринга кадровой службы организации..... 198

Подгорнова Н.А.

Система управления конфликтами и стрессами в организации г. Рязани..... 202

Нефедова Е.Е., Верин С.В. Наставничество: использование опыта наставничества в работе с персоналом.....	208
Подгорнова Н.А. Исследование психологического климата трудового коллектива как фактора, влияющего на продуктивность деятельности работника предприятия г. Рязани.....	211
Кирюхина А.А., Ключева В.В., Такижбаева О.Г. Оценка работы наставника при обучении персонала.....	216
Мухина К.Р., Никитина А.С. Принципы управления персоналом.....	219
Буланова В.О., Такижбаева О.Г. Специфика использования аутсорсинга при работе с производственным персоналом предприятия.....	223
Михайлова К.А., Такижбаева О.Г. Использование отдельных видов материального неденежного стимулирования труда работников как способ оптимизации деятельности организации.....	227

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ

Научное издание

В 10 томах

Том 7

Под общей редакцией О.В. Миловзорова.

Подписано в печать 15.06.21. Формат 60х84 1/8.

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Гарнитура «Times New Roman».

Усл. печ. л..

Тираж 100 экз. Заказ №.

Рязанский государственный радиотехнический университет,
Редакционно-издательский центр РГРТУ,
390005, г. Рязань, ул. Гагарина, д. 59/1.
Отпечатано в типографии Book Jet,
390005, г. Рязань, ул. Пушкина, д. 18