

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»

Научно-исследовательский центр регионального развития

Научно-образовательный центр «Теоретические и прикладные
проблемы многоуровневого общественного воспроизводства»

МНОГОУРОВНЕВОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

Сборник научных трудов

Под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой

Выпуск 17 (33)

Иваново
Издательство «Ивановский государственный университет»
2019

ББК 65.9(2)+65.9(2Р34)

М 735

Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики : сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2019. – Вып. 17 (33). – 108 с. – ISBN 978-5-7807-1330-2.

В научных статьях рассматривается широкий круг теоретико-прикладных вопросов функционирования предприятий, организаций, отдельных рынков, отраслей, сфер экономики, взаимоотношений государства и бизнеса, отдельных стран.

Предназначен для лиц, изучающих экономическую науку и хозяйственную практику, интересующихся проблематикой развития Российской Федерации, ее регионов, управления предприятиями различных видов хозяйственной деятельности.

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Ивановского государственного университета*

Рецензенты

Институт экономики и менеджмента
Владимирского государственного университета
им. А. Г. и Н. Г. Столетовых
(д-р экон. наук **П. Н. Захаров**)

д-р экон. наук **В. А. Гордеев**
(Ярославский государственный технический университет)

ISBN 978-5-7807-1330-2

© ФГБОУ ВО «Ивановский
государственный университет», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Предисловие научных редакторов</i>	5
---	---

МЕГА-, МАКРО-, МЕЗОУРОВНИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

<i>Бернарду В. И.</i> Экономическое взаимодействие России и Китая: факторы развития и ограничения	7
<i>Луховская О. К.</i> Формирование эффективной системы развития въездного туризма на потребительском рынке регионов	13
<i>Новиков В. А., Кочиашвили И. Д.</i> К вопросу о государственном регулировании цен в современной экономике	18
<i>Пузырёв И. В.</i> Роль коммерческого банка в экономике с точки зрения политэкономического, институционального и инструментального подходов	24
<i>Соколов А. Е., Солдатов В. В.</i> Государственно-частное партнерство как основная форма взаимоотношений субъектов инновационного текстильно-промышленного кластера (На примере Ивановской области)	31
<i>Солдатов В. В., Некрасова И. В.</i> Инновационный текстильно-промышленный кластер в условиях деглобализации мировой экономики (На примере Ивановской области)	37

МИКРОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

<i>Беляев Е. В., Чесноков М. А.</i> Роль системы электронного документооборота в автоматизации бизнес-процессов предприятия	44
<i>Голубев А. С., Родионыхева Е. Д., Беляев Е. В.</i> Универсальность применения облачных технологий	49
<i>Киндалов В. В., Карманова А. А.</i> Эффективное управление инвестициями в инновации – правильный выбор методов оценки эффективности инвестиционных проектов	55
<i>Коаку Ж. К., Сокова И. А.</i> Совершенствование стратегии развития предприятия в условиях цифровой трансформации экономики – ключевой фактор успеха	63
<i>Кольчугин Е. А., Малёнкина Т. М.</i> Онлайн-кассы как новая эра развития бизнеса	70

<i>Найдич А. Ю., Малёнкина Т. М.</i> Перспективы развития рынка добровольного медицинского страхования от укуса клеща в России.....	76
<i>Романова О. С.</i> Организационная (корпоративная) культура в системе маркетинга.....	82
<i>Савельев А. Ю., Ерёмин В. Н.</i> Роль, сущность и классификация ключевых факторов успеха производителя пива	86
<i>Фомина Е. А.</i> Анализ трудовых ресурсов ООО «Спортмастер» и корпоративная социальная ответственность организации	94
<i>Сведения об авторах</i>	101
<i>Информация для авторов</i>	106

ПРЕДИСЛОВИЕ НАУЧНЫХ РЕДАКТОРОВ

Подготовлен к изданию очередной сборник научных трудов «Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики». В нем представлены статьи, в которых рассматривается широкий круг теоретико-прикладных вопросов функционирования предприятий, организаций, отдельных рынков, отраслей, сфер экономики, взаимоотношений государства и бизнеса, отдельных стран. Среди авторов представленных работ есть доктора и кандидаты наук, аспиранты, магистранты, студенты, научные интересы которых разнообразны.

Если кратко представить содержание сборника, то следует отметить, что в одной из статей в теоретическом ключе на макроэкономическом уровне рассмотрена роль коммерческих банков в современной экономике с акцентом на взаимодействие саморегулирования и государственного воздействия. В другом материале обращено внимание на меры государственного регулирования цен в современной экономике. Блок научных статей посвящен проблемам функционирования региональной экономики. В нем исследуются инновационный текстильно-промышленный кластер Ивановской области, государственно-частное партнерство в рамках этого текстильно-промышленного кластера, развитие въездного туризма на потребительском рынке регионов. В одной из статей рассмотрены факторы развития и ограничения экономического взаимодействия России и Китая, что чрезвычайно актуально сегодня.

Но большая часть статей посвящена рассмотрению проблем на уровне микроэкономики, вопросам функционирования предприятий и организаций различных отраслей экономики. Авторами рассматриваются темы повышения эффективности управления предприятиями за счет автоматизации бизнес-процессов, использования облачных технологии, внедрения контрольно-кассовой техники, совершенствования методов оценки эффективности инвестиционных проектов, повышения качества разработки стратегий предприятий, учета ключевых факторов успеха, которые позволят добиться стабильного поло-

жения на рынке. Изучается и развитие отдельных рынков, например, рынка добровольного медицинского страхования от укуса клеща. Не остались без внимания и вопросы эффективного использования трудовых ресурсов предприятия, корпоративной социальной ответственности, организационной (корпоративной) культуры.

Такое разнообразие можно рассматривать как позитивную тенденцию, отражающую как сложность, многоуровневость, многоаспектность современных экономических отношений и социально-экономических систем, так и активный научный поиск решений существующих проблем и противоречий.

Пожелаем всем исследователям экономических процессов успехов в научной и практической деятельности.

*Доктор экономических наук **Б. Д. Бабаев**
Доктор экономических наук **Е. Е. Николаева***

МЕГА-, МАКРО-, МЕЗОУРОВНИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

УДК 339.9

В. И. Бернару

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РОССИИ И КИТАЯ: ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ И ОГРАНИЧЕНИЯ

Проанализированы вопросы развития российско-китайских отношений на современном этапе. Выделены факторы их развития и существующие проблемы. Сделан вывод о необходимости совершенствования институционального климата для более активного инвестирования Китая в экономику России.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционное сотрудничество, экономическое взаимодействие, развитие отношений.

V. I. Bernardo

ECONOMIC INTERACTION OF RUSSIA AND CHINA: FACTORS OF DEVELOPMENT AND LIMITATIONS

This article analyzes the development of Russian-Chinese relations at the present stage. The factors of their development and existing problems are highlighted. The conclusion is drawn on the need to improve the institutional climate for more active investment of China in the Russian economy.

Key words: investments, investment cooperation, economic interaction, development of relations.

Взаимоотношения Китая и России – важный элемент текущего положения дел в мире. Российско-китайские отношения стремительно развивались на протяжении последних нескольких лет, что способствовало росту их экономической взаимозависимости [3]. Важным фактором интенсивного развития российско-китайских отношений в настоящее время являет тот

факт, что Китай после нескольких десятилетий закрытости приступил к реализации политики открытости. Этот этап реформ начался в Китае с 2008 г. В конце 2018 г. ВВП Китая впервые превысил 90 трлн юаней. Этап характеризуется замедлением прежнего темпа роста (более 10 %) до 6–7 % прироста в год. Это объясняется недостаточными внутренними инвестициями, медленным ростом доходов населения, торговыми трениями между Китаем и США, замедлением роста мировой экономики в целом, что ограничивает рост китайского экспорта. В этих условиях развитие отношений между Россией и Китаем может рассматриваться как важный фактор в средне- и долгосрочной перспективе.

Китай (как отдельное государство) является первым торговым партнером России с 2010 г., тогда как Россия в 2018 г. была десятой в списке торговых партнеров КНР. Товарооборот между двумя странами рос быстрыми темпами за последние пять лет и поднялся на 27,1 % в 2018 г., достигнув отметки в 107 млрд дол. [3].

При поддержке правительств двух стран быстро развиваются приграничная торговля товарами и услугами, инвестиционное и банковское сотрудничество и миграционный обмен. Этот процесс требует правового регулирования.

История развития приграничных отношений между новой Россией и Китаем насчитывает более 30 лет. Приграничная торговля имеет договорную основу и законодательную базу. В 1986 г. были подписаны межправительственные соглашения о развитии приграничной торговли между городом Суйфэньхэ и городом Пограничным [1].

В настоящее время основная проблема для России – санкции, так как они усиливают неопределенность и политические риски, а также в значительной мере влияют на экономику страны за счет изменения обменного курса и процентных ставок, а также оттока капитала. Однако введение западных санкций создало благоприятные условия для более плотного сотрудничества Москвы с восточными государствами.

Для России Китай является важным стратегическим партнером, т. к. Китай имеет огромный внутренний рынок с хорошими перспективами развития благодаря растущему среднему классу.

Взаимодействие в политической сфере отличается стабильностью и совпадением позиций Москвы и Пекина по основным вопросам международной повестки дня. Официальные оценки китайского руководства характеризуют двусторонние связи в настоящее время как «зрелые и устойчивые», прочную основу которых составляет «взаимное доверие и поддержка», отношения носят «долгосрочный и стратегический характер», «могут выдержать любые испытания» и «не будут меняться из-за каких-либо временных факторов» [4].

Уровень экономического сотрудничества двух стран, по мнению и российских, и китайских экспертов, заметно отстает от высокого уровня политического взаимодействия РФ и КНР.

Для России и Китая традиционным является сотрудничество в сфере энергетики и инфраструктуры.

В Пекине отмечают, что несмотря на трудности российской экономики из-за снижения цен на энергоресурсы и санкций со стороны западных стран, в стране сохраняется социальная и политическая стабильность, к тому же наблюдается увеличение производства зерна и его экспорта, а также рост экспорта продукции военного назначения [5].

Развитие инвестиционного сотрудничества России и Китая также протекает несбалансированно, фокусируясь на небольшом количестве отраслей и регионов. Двусторонние инвестиционные отношения между Россией и Китаем нуждаются в дальнейшем расширении, т. к. несмотря на положительные отношения между Москвой и Пекином, объем прямых иностранных инвестиций со стороны России сильно ограничен, и основной поток средств направлен в находящиеся в Китае полностью подконтрольные дочерние компании российских предприятий.

Объем российских ПИИ в Китай в 2017 г. показал сильный рост, до 33 млрд дол., поднявшись с 6 млрд дол. в 2016 г. Объем же прямых иностранных инвестиций со стороны Китая растет достаточно медленными темпами и подвержен волатильности (доля России в объеме ПИИ Китая редко превышала 1 %). В 2017 г. китайские инвестиции в Россию достигли отметки в 1,5 млрд дол. (накопленные инвестиции к этому периоду составляют 13,9 млрд дол.). Однако инвестиции были ориентиро-

ваны на природные ресурсы и частично на создание транспортной инфраструктуры [3].

Сравнительно больший потенциал инвестиционного сотрудничества у приграничных регионов двух стран – Дальнего Востока РФ и Северо-Востока Китая. Так, инвестиции граничащей с РФ провинции Хэйлунцзян в Россию увеличились с 510 млн дол. в 2013 г. до 4,17 млрд дол. в 2015 г. По мнению губернатора провинции Хэйлунцзян Лу Хао, с точки зрения возможностей регионального передвижения ресурсов, капиталов и технологий ситуация «очень хорошая» [2].

В будущем власти РФ планируют лоббировать разрешение на экспорт российской свинины в Китай. Это откроет возможности роста для производителей этого продукта в России.

Большим потенциалом роста также обладает сотрудничество этих двух стран в таких сферах, как высокие технологии, электронная торговля и сельское хозяйство, а также финансовый сектор [3].

В настоящее время формы научно-технического сотрудничества включают торговлю высокотехнологичными товарами, покупку передового технического оборудования и патентованных технологий и т. д. Постепенно создаются совместные научно-технические базы, научно-технические сети и технопарки [5].

Увеличивать глубину и охват научно-технического и инновационного сотрудничества, в этих целях провести в 2020 и 2021 годах перекрестные Годы российско-китайского научно-технического и инновационного сотрудничества. Продолжать регулярное проведение Российско-Китайского диалога по инновациям, содействовать созданию российско-китайского фонда совместных научно-технических инноваций, развитию сотрудничества в области «мегасайенс» и присоединению Китая к участию в реализации проекта «НИКА», укреплять обмены и кооперацию между специалистами двух стран в области науки, технологий и инноваций [1].

Сотрудничество России и Китая в сфере высоких технологий также обладает огромным потенциалом для развития взаимоотношений двух стран. Совместные усилия в сфере аэрокосмической промышленности, ядерной энергетике и других

областях принесли свои плоды. Российская компания «Росатом» успешно развивает сотрудничество с китайской стороной, участвуя в строительстве Тяньваньской АЭС с 2007 г. Объединенная авиастроительная корпорация и китайская Comac, две ведущие авиастроительные компании, работают над созданием самолета CRAICCR929 – широкофюзеляжного авиа-лайнера с большой дальностью полета. Потенциал развития есть также и в сфере электронной торговли. Крупнейшая китайская платформа для электронной торговли AlibabaGroup в 2018 г. приобрела долю в 10 % в российской Mail.ruGroup. В 2019 г. Российский фонд прямых инвестиций, Mail.ru, Alibaba и «Мегафон» создали совместное предприятие AliExpressRussia для работы с российским подразделением AlibabaGroup (AliExpress и TMail) [3].

Китай и Россия обновили контракт о валютном свопе на сумму 150 млрд юаней (1,325 р.), а своповая кредитная линия между двумя странами поднялась до 943 млрд р. за первые 10 месяцев 2018 г., что примерно в полтора раза больше, чем в 2017 г. Однако валютный своп еще широко не применяется, и основной валютой расчета в двусторонней торговле остается доллар США [3].

В то же время есть факторы, которые усложняют отношения России с Китаем. Институциональный климат в России, где формальные и неформальные правила игры часто непонятны китайским инвесторам, в значительной мере препятствуют инвестиционному сотрудничеству Китая и России. Несмотря на то что законодательство обеих стран становится благоприятнее, бюрократические издержки и большое число неофициальных практик несут в себе скрытые затраты как для инвесторов.

Западные санкции, направленные против России, создают серьезные внешние риски для российской экономики в долгосрочной перспективе, так как они ограничивают доступ к финансированию и технологическим новшествам. Сильнее всего от санкций страдает энергетический сектор государства, крупнейший источник доходов в госбюджет.

Институциональный климат в двусторонних отношениях нуждается в улучшении.

В академических кругах Китая важным достижением в торгово-экономическом сотрудничестве двух стран в 2015 г.

называют начало практической состыковки стратегий развития РФ и КНР, а именно подписание документа о сопряжении китайской инициативы «Экономический пояс Шелкового пути» (ЭПШП) с Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС) [4].

Вопросы организации взаимовыгодного сотрудничества между Россией и Китаем являются очень актуальными для обеих стран.

Библиографический список

1. *Лукин А. В.* Российско-китайское приграничное и межрегиональное сотрудничество на современном этапе (2001–2011) : автореф. дис. ... канд. истор. наук. URL: https://mgimo.ru/files2/y12_2014/262820/sinjan_disser.pdf (дата обращения: 16.11.2019).

2. Образ России в китайских СМИ (2014–2016) : доклад Совета по СМИ Российско-Китайского Комитета дружбы, мира и развития // РИА НОВОСТИ. URL: <https://ria.ru/20170911/1499895001.html> (дата обращения: 16.11.2019).

3. Российско-китайское сотрудничество: пути друг к другу : аналитический отчет // Rating agency Expert. 2019. С. 5.

4. Совместное заявление Российской Федерации и Китайской Народной Республики о развитии отношений всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия, вступающих в новую эпоху. URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/5413> (дата обращения: 16.11.2019).

5. *Фролова И. Ю.* Тенденции развития отношений РФ и КНР на современном этапе // Российский институт стратегических исследований. 2016. URL: <https://riss.ru/analytics/30884/> (дата обращения: 16.11.2019).

УДК 338

О. К. Луховская

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ РЕГИОНОВ

Выявлены факторы, сдерживающие развитие туризма в стране, исследована специфика и принципы формирования эффективной политики развития внутреннего и въездного туризма в России и в ее регионах.

Ключевые слова: туризм, экономическое развитие, конкурентоспособность, турпродукт.

О. К. Lukhovskaya

FORMATION OF AN EFFECTIVE SYSTEM OF DEVELOPMENT OF ENTRY TOURISM ON CONSUMER MARKET OF REGIONS

This article identifies factors constraining the development of tourism in the country, explores the specifics and principles of the formation of an effective policy for the development of domestic and inbound tourism in Russia and its regions.

Key words: tourism, economic development, competitiveness, tourism product.

Российская Федерация представляет собой привлекательнейшее туристское пространство. Это один из самых больших и притягательных туристских регионов мира.

В современном понимании туризм (внутренний, выездной и въездной) представляет собой одну из отраслей реального сектора российской экономики, участвующую в формировании валового внутреннего продукта. По расчетам специалистов, эффективным признается туристская деятельность государства в случае превышения объемов въездного туризма втрое больше объемов выездного.

© Луховская О. К., 2019

К сожалению, показатели оборота экспорта туристских услуг (выездного туризма) за двадцать лет (1997–2017 гг.) закономерно преобладают, достигая в 2013 г. наивысшей точки – 6,9 в соотношении показателей выезда российских туристов за границу и въезда с целью туризма в Россию [1].

**Соотношение показателей
выезда российских туристов за границу,
въезда в Россию с целью туризма: 1997–2017 гг. (раз)**

1997	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2014	2016	2017
1,6	1,8	2,8	4,23	4,55	6,2	6,9	1,7	1,3	1,6

Источник: коэффициенты рассчитаны исходя из сводных статистических данных официального сайта Федерального агентства по туризму РФ. URL: http://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/26039/ (дата обращения: 11.11.2018).

Рынок международного туризма развивается быстрыми темпами. При этом идет как экстенсивное, так и интенсивное (через диверсификацию) его развитие. Основную долю продаж на российском туристском рынке составляют туры выездного характера.

В основе конкурентных преимуществ выездного туризма на отечественном рынке лежат следующие факторы:

– во-первых, политические факторы развития свободного рынка туристских услуг, положенные Россией в 90-тые годы прошлого столетия. Многолетний дефицит услуг в области выездного туризма в СССР сформировал повышенный спрос на внешний туристский продукт. Либерализация внешне-экономической деятельности в РФ в 1991 г. с выходом Указа Президента № 213 позволили всем предприятиям осуществлять внешнеэкономическую деятельность без каких-либо ограничений. Это дало возможность удовлетворять туристский спрос россиян на зарубежные поездки;

– во-вторых, низкий спрос иностранцев на российском туристском рынке; регрессия в объемах продаж отечественных турпродуктов на мировом рынке вследствие недостаточного позиционирования России в качестве туристской аттракции.

Для России в современной экономике наибольший интерес представляет развитие внутреннего туризма. Не менее перспективным остается интеграция внутреннего туризма в привлекательный въездной туризм, т. е. формирование attractiveness внутреннего туризма в России для иностранного туризма. Развитие въездного туризма в России является не только источником валютных поступлений в экономическую систему страны, но и способствует активизации процессов развития внутреннего туризма и выступает фактором стабилизации региональных туристских рынков.

Развитие въездного туризма значительным образом влияет на общее состояние внутреннего туризма в России. Россия занимает 39 место в мировом рейтинге конкурентоспособности индустрии туризма и путешествий за 2019 г. (в 2017 г. была на 43-м месте) [10]. Укрепляются позиции российского туризма в санаторно-курортном деле [9].

Составляющими въездного туризма как системы являются ресурсы внутреннего туризма (трудовые, материальные, финансовые, информационные), технологии производства национального турпродукта и нормативно-правовое регулирование в туризме. Улучшение качества предложения, учитывающего интересы иностранного потребителя, является целью, к которой необходимо постоянно стремиться.

К основным проблемам развития въездного туризма в России следует отнести:

- недостаточно развитую туристскую инфраструктуру;
- недостаточность готовых инвестиционных площадок;
- высокие тарифы на пассажирские перевозки (авиа-, авто-, железнодорожные);
- дефицит квалифицированных кадров;
- низкое качество предоставляемых туристских услуг;
- избыточность административных формальностей.

Туризм внутренний не представляет собой отдельную сферу, а связан со всеми другими секторами национальной жизни. Национальная стратегия в сфере внутреннего туризма (туристского предложения) должна учитывать интересы местных и региональных организаций [5].

Ученые отводят особую роль развитию нашей страны на международном туристском рынке. Не маловажное значение в этом процессе играет социальное партнерство [2].

Определяющими принципами развития внутреннего туризма на региональном уровне являются:

1) формирование качественного регионального турпродукта, способного конкурировать с аналогичным продуктом других стран-рецептивов;

2) применение сбалансированной системы показателей для разработки программы развития гостиничного бизнеса [4];

3) стратегическая разработка и инвестирование в развитие бренда и культурного потенциала регионов России [8];

4) продуманная рекламно-информационная политика;

5) современный уровень сервиса и профессионально подготовленный обслуживающий персонал;

6) привлечение инвестиций в развитие туристской и гостиничной инфраструктуры регионов [6].

Главная особенность регионального туризма состоит в его влиянии на развитие их экономики [7], развитие транспортной инфраструктуры; формирование бренда; развитие народных промыслов; сохранение, возрождение и популяризацию культурного наследия; разработку актуальных востребованных турпродуктов и экскурсий; развитие информационного обеспечения; подготовку профессиональных кадров [3, с. 59–61].

В этой связи, несмотря на множество проблем, сдерживающих развитие въездного туризма в России, у туристского бизнеса внутри страны и ее регионов большое будущее, что является эффективной предпосылкой развития въездного туризма. Это позволит наилучшим образом достигнуть цели организации и удовлетворить потребности как отечественных (в случае развития внутреннего туризма), так и иностранных (в случае развития въездного туризма) туристов.

Библиографический список

1. *Lukhovskaya O. K., Arefieva N. T., Vostrova A. P., Fomina N. V., Kireeva M. M.* Diagnostics of Russian Tourism's Innovative and Economic Development in the Service Sphere // *Studies in Computational Intelligence*. 2019. Т. 826. Р. 757–772.

2. *Гурьева О. Ю.* Концептуальные основы социального партнерства // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики : сб. науч. тр. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2013. Вып. 5. С. 83–90.

3. *Киреева М. М., Вострова А. П.* Туризм и гостевой бизнес в стратегиях социально-экономического развития муниципальных районов региона // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2019. № 9. С. 58–66.

4. *Кочеткова Т. С.* Применение сбалансированной системы показателей для разработки программы развития гостиничного бизнеса // *Экономика и менеджмент систем управления*. 2019. Т. 31. № 1. С. 20–26.

5. *Луховская О. К., Вострова А. П., Киреева М. М.* Перспективы развития внутреннего туризма в России: анализ, ключевые факторы, стратегические решения // *Финансовая экономика*. 2019. № 2. С. 200–205.

6. *Луховская О. К., Киреева М. М., Фомина Н. В.* Стратегический анализ в гостиничном сервисе: маркетингово-экономический подход к оценке деловых ситуаций : практикум. Иваново : Научная мысль, 2013.

7. *Луховская О. К., Фомина Н. В.* Управление процессами формирования экономической модели туристского потенциала регионов в современных условиях развития России // *Научное обозрение*. 2016. № 12. С. 128–132.

8. *Луховская О. К., Шарова Л. И., Ананьев М. А., Грузинцева Н. А.* Концептуальные основы развития текстильных кластеров в условиях сохранения и воспроизводства культурного потенциала монопрофильных регионов // *Технология текстильной промышленности*. 2017. № 1 (367). С. 5–9.

9. *Молчанов Г. И., Бондаренко Н. Г., Дегтярева И. Н., Кубалова Л. М., Молчанов А. А.* Санаторно-курортное дело : учебник / под ред. Г. И. Молчанова. М., 2012.

10. Официальный сайт информационного агентства Eurasia Daily (EADaily). URL: <https://eadaily.com/ru/news/2019/09/05/rossiya-oboshla-turciy>

УДК 338.5

В. А. Новиков, И. Д. Кочиашвили

К ВОПРОСУ О ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ЦЕН В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Анализируются причины участия современного государства в ценообразовании. Рассматриваются меры государственного регулирования цен в современной экономике.

Ключевые слова: цены, прямые и косвенные меры регулирования цен, механизм ценообразования.

V. A. Novikov, I. D. Kochiashvili

ON THE ISSUE OF STATE REGULATION OF PRICES IN THE MODERN ECONOMY

The article analyzes the reasons for the participation of the modern state in pricing. Measures of state regulation of prices in modern economy are considered.

Key words: prices, direct and indirect measures of price regulation, pricing mechanism.

Ценообразование на основе действия законов спроса и предложения является одним из важнейших элементов рыночного механизма. Однако сам этот механизм в настоящее время хотя и выступает по-прежнему как стихийный регулятор экономических процессов, но дополняется во все большей степени другими регуляторами. Для современной смешанной экономики характерно наличие и развитие сложного взаимодействия стихийных рыночных сил, корпоративной и государственной экономической политики, регулирующей роли международных организаций (ВТО, ОПЕК и др.). Эти изменения в определенной мере затронули и механизм ценообразования, обусловили его

модификацию. Данная проблематика анализируется в ряде работ [1, 2, 3, с. 72–103; 4, с. 468–476; 5]. Рассмотрение современных мер государственного регулирования цен и является целью нашей статьи.

Характеристика особенностей государственного регулирования цен, на наш взгляд, предполагает необходимость учета следующих обстоятельств.

Во-первых, в историческом плане регулирование рыночной экономики, в том числе ценообразования, прошло ряд этапов. Первый этап – действие рыночного механизма как стихийного регулятора. Второй этап – развитие регулирования экономических процессов крупными монополистическими объединениями, начиная со второй половины XIX века. Третий этап – активизация регулирующей роли государства после «великой депрессии». Четвертый этап – усиление регулирующей роли международных организаций (ВТО, ОПЕК).

Во-вторых, в современной экономике выделяют различные модели рыночных структур: рынок чистой (совершенной) конкуренции, рынок монополистической конкуренции, рынок олигополистической конкуренции, монополизированный рынок. Вмешательство государства в ценообразование является необходимым не только для ограничения монопольной власти крупных рыночных структур, но и для предотвращения разрушительных последствий действия стихийных рыночных сил на рынке совершенной конкуренции. Так, в США в высокоурожайные годы практиковалась выплата фермерам государством средств за сокращение использования обрабатываемой земли, чтобы избежать перепроизводства сельскохозяйственной продукции и резкого снижения цен на нее.

В-третьих, целесообразность государственного регулирования цен может быть связана с разного рода экстремальными ситуациями (войны, кризисы, катастрофы и т. п.).

Различают прямое и косвенное воздействие государства на цены. Прямое, или административное, вмешательство государства в действующие цены означает участие государства в формировании уровней, структуры, соотношений и динамики цен, установлении определенных правил ценообразования.

Государство в лице своих органов управления определяет порядок исчисления уровня затрат – калькуляции себестоимости, уточняет состав затрат специальными нормативными документами, определяет расходы, возмещаемые из прибыли, устанавливает нормативы рентабельности на продукцию предприятий-монополистов [1].

Решение о необходимости регулирования цен принимается на основе анализа деятельности субъектов ценообразования с учетом стимулирующей роли соответствующих методов регулирования в повышении качества производимой продукции и в удовлетворении спроса на нее.

Можно выделить следующие формы прямого вмешательства государства в процесс ценообразования.

Во-первых, общее замораживание цен. Во-вторых, установление фиксированных цен и тарифов. В-третьих, установление фиксированных или предельных размеров снабженческо-сбытовых и торговых надбавок, наценок, скидок. В-четвертых, декларирование цен. В-пятых, установление предельных цен или коэффициентов. В-шестых, установление предельного норматива рентабельности. В-седьмых, установление рекомендательных цен на важнейшие виды продукции.

Косвенное воздействие на формирование цен осуществляется с помощью разнообразных мер, направленных на изменение величины затрат, включаемых в себестоимость товаров; на изменение соотношения спроса и предложения на рынке; на развитие конкуренции.

К формам косвенного регулирования цен можно отнести следующее. Во-первых, использование и применение совокупности разных способов и средств, способствующих расширению товарного предложения на рынке. Во-вторых, регулирование налогов как на производимую, так и на потребляемую продукцию (система льготного налогообложения). В-третьих, создание условий для развития здоровой конкуренции и предпринимательства. Так, для повышения эффективности производства предприятий естественных монополий Правительством РФ намечено постоянно проводить анализ обоснованности затрат монополистов, организовывать торги по закупке продукции, используемой предприятиями естественных монополий. В-четвер-

тых, эффективное использование таможенных тарифов, льготных таможенных пошлин для стимулирования товарной интервенции по дефицитным или предназначенным для социально незащищенных слоев населения видам продукции. В-пятых, разработка специальных правительственных программ по развитию производства товаров народного потребления, расширению услуг, оказываемых населению, увеличению жилищного строительства за счет государственных бюджетных ассигнований. В-шестых, государственное стимулирование привлечения в страну иностранных инвестиций, создания совместных предприятий [2].

В ходе исторического развития экономика большинства государств претерпела глубокие изменения. На смену свободному рынку разрозненных товаропроизводителей пришел организованный рынок, объединивший единую хозяйственную систему страны с различными экономическими укладами.

В Германии государство контролирует почти половину всех цен, а также субсидирует муниципальное жилищное строительство. Это позволяет правительству активно влиять на динамику цен, держать под контролем инфляцию. В Германии нет чисто рыночной системы ценообразования в сельском хозяйстве. Государство в этой сфере поддерживает производителей. Цены ориентированы на уровень возмещения издержек.

В США государство регулирует от 5 до 10 % цен, причем в недавнем прошлом этот процент был еще выше. Главным инструментом антимонопольной политики США является, и всегда было устранение искусственных барьеров для конкуренции.

Во Франции, несмотря на действие принципа свободного установления цен в условиях рыночного хозяйства, роль государства сводится к прямому регулированию цен на сельскохозяйственную продукцию, газ, электроэнергию, транспортные услуги либо к осуществлению контроля за ценами в условиях конкуренции.

Государственное регулирование цен осуществляется с помощью широкого набора средств и методов: экономически – через соотношение между спросом и предложением на рынке либо административно – путем непосредственного изменения или фиксации уровня цен [3].

Среди основных направлений косвенного регулирования цен можно выделить следующие: рестриктивная кредитно-денежная политика, регулирование дефицита госбюджета, система федеральных закупок товаров и услуг, налоговая политика. В конечном счете, все эти направления государственной макроэкономической политики влияют на изменение соотношения спроса и предложения на внутреннем рынке и таким образом определяют базовые пропорции обмена и уровень цен.

Прямое государственное регулирование цен сейчас применяется лишь в высокомонополизированных отраслях, подпадающих под юрисдикцию антитрестовского регулирования. Так, специальные комиссии устанавливают тарифы на пользование электроэнергией и некоторые коммуникационные услуги [5].

Экономическое регулирование цен становится основным методом в практике развитых стран, так как он не нарушает действие рыночного механизма, сохраняет экономическую обоснованность цен и их органичную связь с ценами мирового рынка.

Рассматривая этапы регулирования цен в развитых странах мира, выявлена общая тенденция: перехода государств на методы преимущественно косвенного регулирования. Однако государственное регулирование ценообразования в разных странах отличается определенными особенностями. Так, по общему признанию, во второй половине XX века в Европе сложилась более жесткая система государственного регулирования розничных сетей, чем на североамериканском континенте. Исследование ОЭСР показало, что в европейских странах сегодня широко применяются ценовой контроль и операциональные ограничения [3, с. 74].

В нашей стране с переходом к широкому использованию рыночных отношений активно осваиваются новые подходы к ценообразованию. Значительное внимание вопросам ценообразования уделено в Гражданском Кодексе РФ. В первой части Кодекса выделена специальная статья, определяющая особенности современной практики ценообразования (ст. 424). Прежде всего эта статья утверждает, что исполнение договора оплачивается по цене, установленной соглашением сторон. Этим под-

тверждается практика применения свободных рыночных цен в России.

Подчеркивается, что в предусмотренных законом случаях применяются цены, устанавливаемые или регулируемые соответствующими государственными органами.

Применение цены, устанавливаемой соглашением сторон, т. е. свободной договорной цены, отвечает существу рыночной экономики, в которой цены определяются спросом, потребностями, покупательной способностью, конкуренцией и другими экономическими факторами. Однако соглашение сторон ограничено предусмотренными законом пределами.

Права сторон в определении цены ограничено статьей 5 Закона о конкуренции, которая запрещает хозяйствующим субъектам, занимающим доминирующее положение на товарном рынке, использовать монопольно высокие и монопольно низкие цены. Применение таких цен рассматривается как запрещенная монополистическая деятельность. Статьей 6 Закона о конкуренции запрещены соглашения о ценах между хозяйствующими субъектами, чья совокупная доля на рынке определенных товаров превышает 35 %.

Однако работа по совершенствованию государственного регулирования цен, в том числе на рынках ресурсов, в нашей стране, разумеется, должна быть продолжена.

Резюмируя изложенное, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, современный механизм ценообразования – это достаточно сложный и требующий точной настройки механизм, включающий в том числе комплекс разнообразных мер прямого и косвенного государственного регулирования цен.

Во-вторых, в экономически развитых странах действует тенденция перехода к преимущественному использованию мер косвенного регулирования.

В-третьих, действие этой общей тенденции не отрицает необходимости учета специфики национальных экономик.

В-четвертых, в нашей стране в связи с переходом к широкому использованию рыночных отношений в основном созданы правовые основы современного ценообразования и продолжается их совершенствование с учетом опыта наиболее развитых стран.

Библиографический список

1. *Андреева Л.* Закон о государственном регулировании торговли на защите интересов потребителей // *Хозяйство и право.* 2010. № 3. С. 3–13
2. *Бочкова А. В.* Вопросы государственного регулирования розничных торговых сетей в условиях реформирования российской экономики // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета.* 2010. № 3. С. 46–49.
3. Государственное регулирование деятельности торговых сетей: основы и противоречия / отв. ред. В. В. Радаев. М. : Изд. дом ВШЭ, 2011. 176 с.
4. Государственное регулирование рыночной экономики / под ред. В. И. Кушлина. М. : Изд-во РАГС, 2005. 829 с.
5. *Зверев А.* Организация и регулирование розничной торговли в Германии // *Экономист.* 2010. № 2. С. 62–70.

УДК 330.117

И. В. Пузырёв

РОЛЬ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА В ЭКОНОМИКЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОЛИТЭКОНОМИЧЕСКОГО, ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО И ИНСТРУМЕНТАЛЬНОГО ПОДХОДОВ*

Рассматриваются три подхода к роли коммерческого банка в экономике: политэкономический, институциональный и инструментальный, а также вопросы о самоорганизации и государственном регулировании банковской системы.

Ключевые слова: банковский сектор, политэкономический подход, институциональный подход, инструментальный подход, роль коммерческого банка в современной экономике.

© Пузырёв И. В., 2019

* *Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00329 «Теоретико-методологические основы расширенного понимания хозяйственного механизма в современной экономике»*

THE ROLE OF A COMMERCIAL BANK IN THE ECONOMY FROM THE POINT OF VIEW OF POLITICAL, INSTITUTIONAL AND INSTRUMENTAL APPROACHES

Three approaches to the role of the commercial Bank in the economy are considered: political, institutional and instrumental, as well as questions about self-organization and state regulation of the banking system.

Key words: banking sector, political economy approach, institutional approach, instrumental approach, the role of a commercial bank in the modern economy.

Коммерческие банки играют важнейшую роль в общественном воспроизводстве.

С точки зрения *политэкономического подхода* коммерческие банки выступают в качестве посредников между хозяйственными единицами и секторами, накапливающими временно свободные денежные средства, и теми участниками экономического оборота, которые временно нуждаются в дополнительном капитале.

Рассмотрим влияние банка на каждой из четырех стадий общественного воспроизводства.

1) Производство. За счет концентрации крупных капиталов коммерческие банки могут выступать прямыми инвесторами в производственные проекты. При этом важно понимать, что банки функционируют преимущественно за счет средств заемщиков. Высокие риски в производственной сфере могут существенно пошатнуть устойчивость банка, что впоследствии может вылиться в проблемы с возвратом денежных средств заемщикам. Именно поэтому прямые инвестиции банков существенно ограничены законодательно. Вместе с тем банки могут оказывать косвенную поддержку производству путем выдачи кредитов.

2) Распределение. Банк выступает одним из главных звеньев в процессе распределения свободного капитала между субъектами, нуждающимися в дополнительных средствах. Как правило, банки стремятся распределить средства между наибо-

лее устойчивыми субъектами, что нередко порождает диспропорции в финансировании различных отраслей национальной экономики. Немаловажную роль в распределении играют и физические лица, хранящие временно свободные денежные средства на счетах в коммерческих банках или получающие кредиты при недостатке денежных средств.

3) Обмен. На стадии обмена банк выступает неотъемлемым звеном в осуществлении безналичных платежей. Если раньше это в большей степени было актуально для юридических лиц (переводы с использованием расчетных счетов), то сейчас безналичные платежи приобрели популярность и у населения, благодаря удобству использования банковских карт. Внедрение в 2015 г. национальной платежной системы «Мир» позволило обеспечить независимость национальной платежной системы от иностранных платежных систем Visa и MasterCard, тем самым повысив ее устойчивость. Начиная с мая 2017 г., бюджетные выплаты производятся на карты «Мир», что гарантирует сохранность социальных выплат гражданам от иностранных санкций.

4) Потребление. Роль банка в потреблении складывается не столько за счет собственного потребления, сколько за счет финансирования потребительских расходов населения. Доступные кредиты, программы рассрочки, выгодные условия обслуживания кредитных карт способствуют росту потребительской активности населения.

С точки зрения политэкономического подхода к раскрытию сущности и роли банка в экономике необходимо также обратить внимание на категорию экономического интереса. По общепринятой точке зрения конечной целью функционирования коммерческого банка является прибыль. Вместе с тем нельзя не отметить, что в современных реалиях ключевые цели банков гораздо шире простого получения прибыли. Коммерческие банки выполняют ряд социально значимых функций, нацеленных на интересы всего населения, а не только лишь собственные.

Ярким примером такой социальной ориентированности банка является Россельхозбанк, в уставе которого в качестве основной цели указано развитие сельскохозяйственного сектора, а не получение прибыли. Еще одной важной социально значимой составляющей деятельности банков является обеспечение

сохранности денежных средств как с точки зрения их физической целостности, так и с точки зрения сохранения покупательной способности. Как правило, ставка банковского вклада весьма близка к уровню инфляции, что позволяет населению сохранить покупательную способность своих сбережений.

Открывая структурные подразделения в регионах, коммерческие банки способствуют достижению наиболее важных целей региональной политики. Так, региональный филиал любого банка не только аккумулирует в себе средства жителей того или иного региона, но и выдает кредиты местным предприятиям, обеспечивая тем самым экономическое развитие региона.

Такая двойственная природа позволяет рассматривать банк как квазиобщественную организацию, преследующую как собственные цели, так и общественно значимые. Этот подход получил развитие в работах Б. Д. Бабаева, И. В. Жабиной, Т. М. Корягиной, А. Ю. Родниной [1, 2, 3, 4, 8, 9, 10].

Далее перейдем к *институциональному подходу*, но прежде рассмотрим понятие института как такового.

С одной стороны, институт можно рассматривать как совокупность учреждений, призванных выполнять возложенные на него обществом функции. В соответствии с этим видением О. Уильямсон сформулировал тезис о том, что такие экономические институты как фирма «имеют в качестве своей главной цели и главного результата сокращение транзакционных издержек» [11].

С другой стороны, институт может пониматься как совокупность норм, ценностей, культурных образцов, устойчивых форм поведения, выступающих как элемент социальной структуры. Такая трактовка института получила развитие в работе Дугласа Норта «Институты, институциональные изменения и функционирование экономики». Д. Норт рассматривал рынок как структуру, охватывающую различные институты: законы, правила, нормы поведения, отношения и связи. Институты – это набор правил, процедура соответствий, моральное и этическое поведение индивидуумов в интересах максимизации богатства [6, с. 5–6].

В этом контексте возникает вопрос о поведенческой экономике (о воздействии коммерческих банков на поведение лю-

дей и поведение самих коммерческих банков). В последние годы при содействии ЦБ банки проводят различные уроки финансовой грамотности населения, учат правильному поведению при обращении с наличностью, банковскими картами, электронными платежами и пр. Также банки активно используют построение психологического профиля клиента для учета возможных действий клиента, его реакции на различные события. Это позволяет банку сформировать клиентоориентированную политику с учетом индивидуальных потребностей клиента. Для понимания поведения банков важно обратить внимание и на такую институциональную категорию как доверие. На этапе зарождения коммерческих банков доверие к играло ключевую роль в становлении банков, поскольку система регулирования банковской деятельности получила свое развитие только с конца XIX века. Банки имели полное право проводить сколь угодно рискованную политику, а интересы вкладчиков были довольно слабо защищены. Сегодня банки жестко зарегулированы для достижения высокой финансовой устойчивости, а для вкладчиков разработана система страхования вкладов, однако доверие к банку все еще играет довольно значимую роль, о чем свидетельствуют лидирующие позиции Сбербанка по привлечению вкладов. Несмотря на довольно низкие процентные ставки, банку без труда удается лидировать на рынке банковских вкладов за счет репутационного фактора.

Инструментальный аспект рассматривает коммерческий банк непосредственно с позиции банковской отрасли. Значительный вклад в развитие этого методологического подхода внесли Б. Д. Бабаев и А. Ю. Роднина в работе «Кругооборот кредитного ресурса: взаимосвязь политико-экономического и институционального аспектов» [2]. Он позволяет перевести указанные два подхода теории коммерческого банка в практическую плоскость и ставить и решать проблемы не только текущей ситуации, но и перспективного плана.

Коммерческий банк рассматривается кредитное учреждение, осуществляющее банковские операции для юридических и физических лиц (расчётные, платёжные операции, привлечение вкладов, предоставление ссуд, а также операции на рынке ценных бумаг и посреднические операции).

В России действует федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 г. № 395-1 (последняя редакция), устанавливающий двухуровневую банковскую систему, состоящую из центрального банка (Банк России) и коммерческих банков. Основной функцией Центрального банка Российской Федерации является защита и обеспечение устойчивости рубля [7]. Исторически центральные банки появлялись исключительно с целью формирования государственной эмиссионной монополии (по сути, посредством ее принудительного отъема у частных кредитных организаций, обладающих эмиссионным правом) и решения этим способом бюджетных проблем государственной власти [5]. Система регулирования банковской деятельности начала зарождаться только в конце XIX века как необходимость защиты интересов вкладчиков и кредиторов частных кредитных организаций после череды банковских кризисов.

С учетом исторического опыта можно заключить, что банки способны функционировать полностью на принципах самоорганизации без какого-либо внешнего государственного регулирования. Так было на ранних стадиях формирования банковской системы, когда основными клиентами банков были профессиональные игроки финансового рынка. Однако с ростом банковской системы и вовлечением в банковские операции непрофессиональных участников приходит необходимость защиты интересов отдельных субъектов и всей финансовой системы в целом, поскольку крах системы может привести к серьезнейшему экономическому кризису как национального, так и международного масштабов.

Государственное регулирование рынка стало объективной необходимостью в связи с нарастающими тенденциями монополизации предприятий, спадами в кризисные фазы экономического цикла, асимметрией информации. Принимая во внимание сегодняшнюю всё возрастающую роль банковских организаций в жизни общества, нельзя не отметить, что функционирование банков исключительно на принципах самоорганизации является невозможным в силу значительных рисков. Так, в России подавляющее большинство граждан хранят сбережения во вкладах, поэтому любой даже незначительный банковский кризис

может спровоцировать панику, которая в свою очередь за счет высокой доли вкладов в банковских пассивах нанесет угрозу всей финансовой системе и экономике страны. Следовательно, государственное регулирование является обязательной частью современной банковской системы.

Библиографический список

1. *Бабаев Б. Д., Жабина И. В.* Коммерческий банк как квазиобщественная организация. Иваново : ИвГУ, 2004. 90 с.

2. *Бабаев Б. Д., Роднина А. Ю.* Кругооборот кредитного ресурса: взаимосвязь политико-экономического и институционального аспектов. М. : КНОРУС, 2013. 226 с.

3. *Бабаев Б. Д., Роднина А. Ю., Корягина Т. М.* Об одном концептуальном взгляде на кредитные отношения // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики : сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2014. Вып. 5 (21). С. 39–57.

4. *Жабина И. В.* Коммерческий банк как квазиобщественная организация: политико-экономический аспект : дис. ... канд. экон. наук, 08.00.01. Иваново, 2004. 178 с.

5. *Котляров М. А.* Исторические особенности формирования системы регулирования банковской деятельности // Известия Уральского государственного экономического университета. 2006. № 2 (14). С. 105–110.

6. *Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики : пер. с англ. М. : Начала, 1997. 180 с.

7. О банках и банковской деятельности : Федеральный Закон № 395-1 от 02.12.1990 г.

8. *Роднина А. Ю.* Квазиобщественная природа коммерческого банка как основа государственного регулирования банковского сектора РФ // Вестник Адыгейского гос. ун-та. Сер.: Экономика. 2013. Вып. 3. С. 62–69.

9. *Роднина А. Ю., Корягина Т. М.* К вопросу о квазиобщественной природе банка // Вестник Иван. гос. ун-та. Сер.: Экономика. 2012. Вып. 1. С. 25–32.

10. *Роднина А. Ю., Корягина Т. М.* Об основных научных трактовках сбережений как рыночного феномена // Вестник ОрелГИЭТ. 2013. № 1 (23). С. 98–100.

11. *Уильямсон О.* Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация : пер. с англ. СПб. : Лениздат; CEV Press, 1996. 702 с.

УДК 334.723

А. Е. Соколов, В. В. Солдатов

**ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО
КАК ОСНОВНАЯ ФОРМА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ
СУБЪЕКТОВ ИННОВАЦИОННОГО ТЕКСТИЛЬНО-
ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАСТЕРА
(НА ПРИМЕРЕ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Государственно-частное партнерство рассматривается как форма взаимоотношений основных субъектов текстильно-промышленного кластера, определяется содержание этих отношений и принципы, на которых они должны быть построены.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, инновационный текстильно-промышленный кластер, основные субъекты партнерства, принципы партнерства.

A. E. Sokolov, V. V. Soldatov

**ON THE ISSUE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP
IN THE TEXTILE AND GARMENT INDUSTRY
(ON THE EXAMPLE OF IVANOVO REGION)**

The article raises the question of public-private partnership in the textile and clothing industry, and considers the nature and functions of this process.

Key words: public-private partnership, textile and clothing industry, types of partnership, state support.

Функционирование текстильной и швейной промышленности Ивановской области показывает, что указанная промышленность тяготеет к локальному, национальному рынку реализации ее продукции и внутренней замкнутости. Сформировавшаяся в этой промышленности тенденция не может быть преодолена масштабными инвестициями в ее основные фонды и социальную сферу, а также на основе передачи части федеральных, административных функций региону.

© Соколов А. Е., Солдатов В. В., 2019

Преодоление этой негативной тенденции возможно лишь на основе решение главной цели развития региона – интеграции указанной промышленности в глобальный рынок, на основе формирования инновационного текстильно-промышленного кластера [3, с. 25]. В связи с этим особый интерес вызывает рассмотрение государственно-частного партнерства как основной формы взаимоотношений субъектов инновационного текстильно-промышленного кластера.

Для анализа государственно-частного партнерства как основной формы взаимоотношений субъектов инновационного текстильно-промышленного кластера используем следующую логическую последовательность:

- инновационный текстильно-промышленный кластер как средство достижение экономического лидерства региона в нашей стране;

- государственно-частное партнерство как основная форма взаимоотношений субъектов инновационного текстильно-промышленного кластера;

- основные принципы функционирования и развития государственно-частного партнерства.

Реализация указанной выше логической последовательности позволит обеспечить полноту, достоверность и непротиворечивость исследования.

Первый этап логической последовательности предполагает рассмотрение понимания инновационного текстильно-промышленного кластера как средства достижение экономического лидерства региона в нашей стране.

Инновационный текстильно-промышленный кластер представляет собой расположенную в границах ограниченного региона совокупность текстильных и швейных производств по изготовлению, переработке, реализации и утилизации отходов этих видов деятельности, а также организаций производственной, финансовой и социальной инфраструктуры, обеспечивающей инновационное функционирование и дальнейшее развитие этих производств и самих обеспечивающих организации.

Системным свойством инновационного текстильно-промышленного кластера, объединяющим всю совокупность указанных видов деятельности в единое целое, является основ-

ной вид используемого сырья, так как он определяет единство применяемой техники, технологии и трудовых навыков, а также направления их будущего развития [1, с. 107–108].

Материальной основой формирования инновационного текстильно-промышленного кластера станет созданный в процессе советской индустриализации, на основе использования хлопка, в качестве основного вида сырья, текстильно-промышленный комплекс, включающий в себя целостную совокупность предприятий текстильной, машиностроительной и химической промышленности, а также совокупность научных и учебных заведений.

Функционирование инновационного текстильно-промышленного кластера в Ивановской области позволит указанному региону достичь экономического лидерства в нашей стране, за счет осуществления следующих основополагающих процессов:

- внедрения в производство новой, инновационной техники и технологии, модернизации традиционного текстильного и швейного оборудования;

- поддержания и дальнейшего развития научно-исследовательских и учебных учреждений, развития дизайнерских школ;

- реконструкции существующих и строительство новых текстильных и швейных предприятий, преимущественно за чертой города;

- повышения качества, количества и ассортимента текстильной и швейной продукции, а также создание новой инновационной продукции, создадут условия для управления товарными потоками этой продукции в рамках национального рынка, что позволит указанному кластеру лидировать на национальном рынке этой продукции;

- лидерство на национальном текстильном рынке позволит сосредоточить значительную часть финансовых ресурсов, в рамках инновационного текстильно-промышленного кластера, а за счет налоговых поступлений от деятельности этого кластера увеличить величину финансовых средств Ивановского регионального бюджета;

- рост финансовых ресурсов указанного кластера позволит преодолеть тенденцию отставания величины заработной

платы в этом виде промышленности и привлечь для работы в составе этого кластера наиболее подготовленную, высокой квалификаций рабочую силу, с высоким уровнем величины заработной платы;

– привлечение высококвалифицированной рабочей силы обеспечит формирование условий для создания и распространения инновационных технологий и продуктов, а также закрепления прав на эти изобретения за указанным кластером.

Осуществление перечисленных выше процессов выразится в возможности эффективно и дифференцированно распоряжаться региональными финансами, повысит стоимость региональных активов и обеспечит их большую ликвидность, на основе улучшения жизненных условий граждан и обеспечения жильем приезжих специалистов.

Таким образом, успешное функционирование инновационного текстильно-промышленного кластера позволит Ивановской области достигнуть экономического лидерства в стране и создаст условия для обеспечения господство текстильной и швейной продукции не только на национальном текстильном рынке, но и на глобальном текстильном рынке.

Второй этап логической последовательности предполагает рассмотрение государственно-частного партнерства как основной формы взаимоотношений субъектов инновационного текстильно-промышленного кластера.

Государственно-частное партнерство – это система отношений, возникающих между государством, частным сектором и обществом в текстильной и швейной промышленности, по поводу совместного использования всех видов ресурсов, повышения эффективности функционирования этих видов деятельности и роста материального благосостояния граждан нашей страны [2, с. 112].

Основными субъектами государственно-частного партнерства можно считать: общество, государство, в лице федеральных и муниципальных государственных служащих, руководителей всей совокупности текстильных и швейных предприятий, а также организаций обеспечивающих их инновационное функционирование и развитие.

Единой целью, объединяющей всех указанных субъектов государственно-частного партнерства в единое целое, должно стать обеспечение общества инновационной текстильной и швейной продукцией и достижение экономической безопасности страны в этих видах продукции.

Наличие единой цели не будет означать, что каждый из этих субъектов не будет преследовать в своей деятельности конкретных индивидуальных целей. Эти разнонаправленные индивидуальные цели, объединенные в одном едином направлении, приведут к получению синергетического эффекта в процессе функционирования инновационного текстильно-промышленного кластера.

Основными сферами получения синергетического эффекта станут экономическая, научно-техническая и социальная.

Таким образом, государственно-частное партнерство представляет собой основную форму взаимоотношений субъектов инновационного текстильно-промышленного кластера, приводящую к получению синергетического эффекта.

Третий этап логической последовательности предполагает рассмотрение основных принципов функционирования и развития государственно-частного партнерства.

В основе государственно-частного партнерства должно находиться понимание его социальной направленности, заключающейся в обеспечении согласования интересов всех субъектов этого партнерства.

Согласовать интересы субъектов инновационного текстильно-промышленного кластера возможно лишь при соблюдении его основных принципов.

В число основных принципов государственно-частного партнерства можно включить:

- процесс функционирования инновационного текстильно-промышленного кластера должен опираться на равноправие субъектов партнерства;

- при заключении договоров о сотрудничестве, в процессе функционирования этого кластера, необходимо обеспечить уважение и учет интересов субъектов партнерства, а также заинтересованность сторон в участии в договорных отношениях;

- добровольность принятия субъектами партнерства на себя обязательств по заключенным договорам;
- обеспечение содействия государства в укреплении и развитии социального партнерства на демократической основе;
- обеспечение контроля и ответственности субъектов партнерства за невыполнение ими заключенных договоров и соглашений;
- соблюдение субъектами партнерства юридических законов и иных нормативных правовых актов государства.

Таким образом, в основе государственно-частного партнерства должно находиться понимание его социальной направленности, заключающейся в обеспечении согласования интересов всех субъектов этого партнерства, на основании целостного комплекса принципов.

Таким образом, осуществление государственно-частного партнерства на основе перечисленных выше принципов позволит обеспечить успешное функционирование инновационного текстильно-промышленного кластера.

Библиографический список

1. Булыгина Т. А., Некрасова И. В., Солдатов В. В. К вопросу о формировании Ивановского инновационного текстильного кластера // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики : сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2016. Вып. 10 (26). 196 с.

2. Соколов А. Е., Солдатов В. В. К вопросу о государственно-частном партнерстве в текстильной и швейной промышленности // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики : сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2019. Вып. 16 (32). С. 110–115.

3. Щедровицкий П. Г., Княгинин В. Н. Территориальная проекция промышленной политики в России: кто оплатит издержки глобализации // Современная национальная промышленная политика России : сб. материалов. Вып. 2 (региональный аспект). Екатеринбург, 2004. 170 с.

УДК 338. 45:677(470)

В. В. Солдатов, И. В. Некрасова

ИННОВАЦИОННЫЙ ТЕКСТИЛЬНО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ КЛАСТЕР В УСЛОВИЯХ ДЕГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Основной целью исследования является рассмотрение инновационного текстильно-промышленного кластера в условиях деглобализации мировой экономики, выясняются особенности локализации текстильного производства.

Ключевые слова: инновационный текстильный кластер, вид сырья, сырьевая база, инновационные технологии, инновационные товары, инновационный труд, стратегические партнеры, инвесторы, жизненный цикл кластера, этапы становления и развития кластера.

V. V. Soldatov, I. V. Nekrasova

THE FORMATION OF RAW MATERIAL BASE INNOVATIVE TEXTILE CLUSTER (ON THE EXAMPLE OF IVANOVO REGION)

The main goal of the research is to examine theoretical and applied aspects of formation the resource base of innovative textile cluster, the identification of an objective basis of its formation and development, and defining the main directions of its future development.

Key words: innovative textile cluster, raw material, raw materials, innovative technology, innovative products, innovative work, strategic partners, investors, life cycle of the cluster, stages of formation and development of the cluster.

В экономической литературе начинает складываться понимание того, что XXI век это время противоречивого единства двух экономических процессов: глобализации и деглобализации. Эти два процесса получают выражение в усилении единства мировой экономики и локализации национального производства.

В связи с этим особый интерес вызывает рассмотрение особенностей функционирования инновационного текстильно-промышленного кластера, как особой формы локализации хлопчатобумажного производства.

Исследование функционирования инновационного текстильно-промышленного кластера должно проводиться в процессе реализации следующей логической последовательности:

- особенности развития хлопчатобумажной промышленности Ивановской области в XX веке, как основе становления указанного кластера;

- в изменении функционирования хлопчатобумажной промышленности Ивановской области в конце XX века, настоятельно потребовавшем создания указанного кластера;

- инновационный текстильно-промышленный кластер, как основное средство выживания текстильной и швейной промышленности и достижения экономического лидерства региона в нашей стране.

Реализация указанной логической последовательности позволит обеспечить полноту, достоверность и непротиворечивость нашего исследования.

Первый этап логической последовательности предполагает рассмотрение особенностей развития хлопчатобумажной промышленности в Ивановской области, как основы становления инновационного текстильно-промышленного кластера.

Современное развитие хлопчатобумажной промышленности опирается на созданный в процессе социалистической индустриализации (первая половина XX века) хлопчатобумажный текстильно-производственный комплекс.

К особенностям этого комплекса можно отнести следующие положения.

- 1) В XIX веке холщовое производство уступило свои позиции фабричному ситценабивному производству, построенному на основе использования дешевого сырья – хлопка, производимого в Узбекистане и Туркменистане.

В XX веке хлопок стал основным видом сырья для хлопчатобумажной промышленности и predetermined использованную в этом виде деятельность технику, технологию и специализацию навыков рабочей силы.

2) В процессе советской индустриализации в регионе была создана целостная совокупность предприятий текстильной, машиностроительной и химической промышленности.

В период с 1920 по 1932 годы экономическая мощь Иваново-Вознесенской области многократно возросла и заняла третье место в СССР, после Московской и Ленинградской. На территории области было расположено 89 хлопчатобумажных и 45 льняных фабрик, что составляло около половины хлопчатобумажной промышленности Союза и три четверти – льнообработывающей [2, с. 142–143]. Для развития этой промышленности впоследствии в области были построены две электростанции и созданы два текстильных машиностроительных завода, а также один химический завод, производивший красители для окраски тканей.

3) Функционирование хлопчатобумажного текстильно-промышленного комплекса было построено на основе доминирования промышленных производств, осуществляющих крупномасштабное производство текстильных и швейных продуктов. Эти крупные промышленные предприятия были основным местом работы большинства трудоспособного населения Ивановской области, сосредоточением большого количества местной и приезжей рабочей силы, главным источником налоговых поступлений в бюджет, а также фактором формирования инфраструктурного хозяйства и финансовых потоков.

В экономической науке для подобного рода производств было придумано специальное понятие – градообразующее предприятие (отрасль).

4) Монопольное положение и государственная собственность на произведенную этими предприятиями продукцию, а также безграничный спрос на нее и ошибки в планировании производства предопределили отставание в процессе внедрения достижений научно-технического прогресса, а также создания новой, отвечающей требованиям мирового рынка продукции.

Эти процессы привели к отставанию объемов производства продукции от спроса на нее, к снижению качества этой продукции, устареванию дизайнерских решений, а соответственно, к погоне населения за импортными товарами и сокращению сбыта национальной продукции.

5) Процесс функционирования хлопчатобумажного текстильно-промышленного комплекса осложнялся нарастающей тенденцией отставания среднемесячной денежной заработной платы рабочих и служащих в этих видах деятельности от ее величины в целом по стране.

В последние годы функционирования административной системы управления текстильной и швейной промышленностью (1980–1985 гг.), среднемесячная денежная заработная плата в Ивановской области составляла лишь 70 % от среднемесячной заработной платы в целом по стране. Это положение приводило к тому, что высококвалифицированные специалисты покидали этот вид деятельности [1, с. 8].

Таким образом, развитие хлопчатобумажного текстильно-промышленного комплекса имело ряд основополагающих особенностей, которые наложили отпечаток на ее будущее развитие во время вхождения в глобальный рынок текстильной и швейной продукции.

Второй этап логической последовательности предполагает рассмотрение изменений в развитии хлопчатобумажного текстильно-промышленного комплекса, потребовавших создание инновационного текстильно-промышленного кластера.

Созданный в начале XX века текстильно-промышленный комплекс начал разваливаться в процессе осуществления радикальной экономической реформы, основными итогами которой стали следующие положения:

– расформирование СССР и создание Союза Независимых государств, привело к сокращению территории и численности населения нашей страны, а соответственно и сокращению спроса на хлопчатобумажную продукцию;

– приватизация предприятий текстильной и швейной промышленности способствовала перераспределению прибыли в текстильном производстве, обусловленном сосредоточением выручки в отделочном производстве, что привело к сокращению количества прядильных и ткацких предприятий, а соответственно и объемов произведенной продукции;

– сокращение количества рабочих мест и низкий уровень заработной платы привели к оттоку из текстильной и швейной

промышленности высококвалифицированной рабочей силы и повышению ее среднего возраста;

– стремление сохранить оставшиеся производственные мощности и падение реальных доходов населения в стране потребовали от руководителей текстильных предприятий перейти на выпуск облегченных тканей, сделавших хлопчатобумажный текстильно-промышленный комплекс неконкурентоспособным на мировом рынке;

– совокупность изменений, произошедших в хлопчатобумажном текстильно-промышленном комплексе, привели к сокращению научно-исследовательской деятельности, а также подготовки и повышения квалификации рабочих и служащих.

Эти процессы способствовали тому, что Ивановская область стала рассматриваться как старопромышленный регион, а текстильная и швейная промышленность потеряла контроль, за товарными потоками на национальном рынке хлопчатобумажной продукции, на котором постоянно возрастали поставки продукции из Узбекистана и Китая.

В результате этих процессов выигравшими стали такие страны, как Китай, Южная Корея и Тайвань, которые увеличили выпуск текстильной и швейной продукции и за счет этого смогли регулировать товарные потоки и перераспределять богатства. В следствии с этим в текстильной и швейной промышленности России экономический рост либо остановился, либо осуществлялся крайне медленно, а в странах Востока глобализация привела к стремительному экономическому росту.

Таким образом, Ивановская область не смогла воспользоваться возможностями демонтажа барьеров выхода на глобальный рынок хлопчатобумажной продукции и увеличила свое экономическое отставание от регионов, являющихся экономическими лидерами.

Третий этап логической последовательности предполагает рассмотрение инновационного текстильно-промышленного кластера, как основного средства выживания текстильной и швейной промышленности и достижения экономического лидерства региона в нашей стране.

Возможность функционирования инновационного текстильно-промышленного кластера в нашем регионе будет зави-

сеть от успешности осуществления процесса локализации текстильного и швейного производства, как основного способа преодоления противоречий между экономической глобализацией и возрастающим значением локализации (деглобализации) национального производства.

Под локализацией производства в текстильной и швейной промышленности понимается целостный процесс использования существенных, экономических преимуществ, позволяющих сделать это производство исключительным и конкурентоспособным на национальном и мировом рынке.

Локализация текстильного и швейного производства, на основе функционирования инновационного текстильно-промышленного кластера, уравнивает недостатки и преимущества глобализации, а также раскроет национальное разнообразие и креативность этого производства.

Основными путями выживания текстильного и швейного производства станут следующие положения:

- функционирование кластера увеличит выпуск продукции на каждого занятого, за счет применения новых инновационных технологий, нового качества рабочей силы и повышения производительности труда;

- формирование государственно-частного партнерства как основы функционирования кластера создаст условия для объединения усилий государства и частного сектора в области ускорения темпов развития текстильной и швейной промышленности и придания этому развитию инновационного характера;

- увеличение объема производства инновационной текстильной и швейной продукции повысит конкурентоспособность ивановских тканей на национальном и мировом рынке и позволит участвовать в регулировании ее товарных потоков;

- Ивановская область упрочит свое понимание как Всероссийский центр по производству и реализации текстильной и швейной продукции, в котором будет осуществляться реализация не только ивановских тканей, но и тканей, произведенных в других областях и странах;

- региональный бюджет области будет постоянно возрастать, за счет налоговых поступлений от роста региональных

налогов, и появится возможность вывода региона в экономические лидеры страны.

Таким образом, функционирование инновационного текстильно-промышленного кластера обеспечит выживание текстильной и швейной промышленности Ивановской области и выведет ее в экономические лидеры в нашей стране.

Библиографический список

1. Ивановская область в одиннадцатой пятилетке : стат. сб. / Стат. упр. Ивановской обл. Ярославль : Верхне-Волж. кн. изд-во, 1986. 121 с.

2. *Экземплярский П. М.* История города Иванова: Дооктябрьский период : в 2 т. Иваново : Ивановское книжное издательство, 1962. Т. 2. 396 с.

МИКРОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

ББК 65.064

Е. В. Беляев, М. А. Чесноков

РОЛЬ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматривается роль системы электронного документооборота в автоматизации деятельности предприятия, а также выявляются основные эффекты и риски при внедрении системы электронного документооборота. Автор приходит к выводу, что использование новых технологий в документообороте предприятия позволит максимально точно и профессионально организовать решение вопросов, связанных с движением документов.

Ключевые слова: система электронного документооборота (СЭД), автоматизация, документооборот, бизнес-процесс, электронный документ.

E. V. Belyaev, M. A. Chesnokov

THE ROLE OF THE ELECTRONIC DOCUMENT MANAGEMENT SYSTEM IN THE AUTOMATION OF BUSINESS PROCESSES OF THE ENTERPRISE

In the present article the role of system of electronic document circulation in automation of activity of the enterprise is considered, and the basic effects and risks at introduction of system of electronic document circulation are revealed. The author concludes that use of new technologies in document circulation of the enterprise will allow to organize as much as possible precisely and professionally the decision of the questions connected with movement of documents.

Key words: system of electronic document circulation (EDM), automation, document circulation, business process, electronic document.

© Беляев Е. В., Чесноков М. А., 2019

Скорость развития информационных технологий и электронных средств сопровождения бизнеса в целом, позволяют утверждать, что уровень обеспеченности информационными системами управления бизнес-процессами напрямую влияет на эффективность роста каждого предприятия. Автоматизация бизнеса позволяет удерживать лидирующие позиции на рынке, получать руководству достоверные данные, иметь возможность кадрового расширения и поддерживать максимальный уровень защиты конфиденциальной информации. Для каждого конкретного сотрудника предприятия автоматизация производства дает существенное повышение производительности труда, возможность планирования долгосрочной перспективы и гарантии информационной безопасности. Требуется строгое контролирование документооборота для увеличения эффективности ведения и безупречности организации финансовой отчетности, управленческого учета.

До 80–90-х гг. XX века документация организаций была представлена в основном на бумажных носителях. И, конечно же, на обработку информации уходило значительное количество времени. В современных условиях сокращение времени работы с информацией возможно в связи со стремительным развитием технологий. Продуктами такого развития являются различные по назначению системы, в частности, система электронного документооборота (СЭД) [1].

Электронный документооборот (ЭДО) – это система автоматизированных процессов обработки электронных документов, реализующая концепцию «безбумажного делопроизводства».

Система электронного документооборота – это автоматизированная многопользовательская система, сопровождающая процесс управления работой иерархической организации с целью обеспечения выполнения этой организацией своих функций [2].

На современном предприятии системы электронного документооборота являются необходимым элементом ИТ-инфраструктуры. Благодаря им происходит повышение эффективности деятельности промышленных и коммерческих организаций, а в государственных учреждениях на базе технологий электронного документооборота решаются задачи межведомственного

взаимодействия, внутреннего управления и взаимодействия с населением.

Автоматизация делопроизводства является одним из важных шагов при создании корпоративной информационной системы, позволяя решать следующие задачи:

- создание и сопровождение электронного архива с установлением иерархии документов и библиотек;
- организация совместной работы с документами;
- быстрое согласование договоров;
- гибкая настройка прав доступа;
- удобный поиск документов.

Современная система электронного документооборота обязана поддерживать «жизненный путь» любой значимой информации для обеспечения работы, поэтому электронные системы призваны сопровождать документ на всем цикле его жизни: разработка, согласование, утверждение, ввод в действие, использование, контроль исполнения, корректировку, изъятие, архивирование.

Несмотря на то, что в современной организации работа с документами идет в электронном виде, полностью исключить бумажные документы из работы невозможно, т. к. большое количество документов, имеющих юридическую силу, представлено в бумажном виде, и такое положение вещей будет оставаться еще достаточно долго. Однако системы электронного документооборота даже в упрощенной форме облегчают выполнение рутинных операций по обработке бумажных документов.

Результат от внедрения автоматизированной СЭД формируется из двух основополагающих составляющих.

К первой группе принадлежат:

- экономия рабочего времени работников: на поиск необходимых бумаг, на ручную обработку информации и выполнение обслуживающих функций, на передачу документов;
- экономия средств (используется более доступная технология обработки бумаг): на техническое оснащение, на хранение бумажных документов, на доставку информации в бумажном варианте, на расходные материалы.

Ко второй группе эффектов относятся:

- создание общего информационного пространства: система электронного документооборота должна решить проблему удаленности работников и обеспечить возможность их коллективной работы в рамках единой инфраструктуры;

- увеличение прозрачности движения документов: система дает возможность централизованно изучать процесс работы с документами и реализовывать проверку исполнительской дисциплины. Каждый сотрудник имеет возможность видеть документы, с которыми он должен работать в данный момент, а руководитель может видеть в онлайн режиме процесс выполнения бизнес-процессов [3];

- обеспечение сохранности и объединение информации организации: общие данные сохраняются в корпоративной системе управления документами. При увольнении работника, его знания, связанные с обработкой документов, сохраняются вместе с документами и могут быть использованы остальными сотрудниками.

По причине того, что эффект от СЭД измеряется не прямой экономией ресурсов, а заметным повышением качества труда сотрудников, следовательно, и качеством работы всей организации, СЭД находят все более широкое применение.

В процессе внедрения СЭД на предприятии неизбежно возникновение проблем и рисков, приводящих к нарушению сроков запуска проекта, увеличению бюджета, неполному достижению задач, стоящих перед СЭД или даже к срыву внедрения программы. Специфика рисков при внедрении ЭДО, также как и при внедрении любой ИС в масштабах всей организации обусловлена тем, что за относительно малый срок требуется перевести значительную часть сотрудников на непривычные и новые для них методы работы.

К основным рискам можно отнести следующие:

- низкая компьютерная грамотность работников;
- нежелание сотрудников применять новые технологии;
- отсутствие четких регламентов на основные процессы;
- отсутствие четкого управления проектом;
- слабое техническое оснащение.

По данным CNews Analytics, отечественный рынок СЭД – один из наиболее активно развивающихся сегментов IT-индустрии [4]. Это можно объяснить тем, что главным потребителем данных программ является госсектор, а проявленный интерес со стороны государства гарантирует устойчивость всего рынка.

Сегодня всё больше документов составляется и оформляется на компьютерах. Но при работе с ними, практически в половине случаев, используется оргтехника. Системы электронного документооборота сокращают расходы организации и повышают продуктивность деятельности. Формулирование целей производства, установка и настройка оборудования позволят добиться желаемого: а именно ухода от бумажной волокиты и дублирования функций сотрудников.

Безусловно, вопрос автоматизации документооборота решается для каждого предприятия индивидуально. Существует немало отрицательных моментов, связанных с интеграцией новых технологий, обучением персонала, дооснащением оборудования, мотивацией руководства на использование систем электронного документооборота, что говорит о многосторонней проблеме автоматизации и возможности дальнейших исследований данной тематики.

Библиографический список

1. *Персианов В. В.* Системы электронного делопроизводства : учебное пособие. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. 214 с.
2. *Зинина Л. И., Русанова М. О.* Формирование информационной системы управления бизнес-процессами компании // Огарев-online. 2017. № 2. URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/formirovanie-informacionnoj-sistemy-upravleniya-biznes-processami-kompanii> (дата обращения: 19.11.2019).
3. Interface.ru – Internet and Software company // Экономическая эффективность внедрения системы электронного документооборота PayDox. URL: <http://www.interface.ru/home.asp?artId=637> (дата обращения: 20.11.2019).
4. TAdviser – портал выбора технологий и поставщиков // СЭД (рынок России). URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:СЭД_\(рынок_России\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:СЭД_(рынок_России)) (дата обращения: 20.11.2019).

УДК 004.624

А. С. Голубев, Е. Д. Родионычева, Е. В. Беляев

УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Статья посвящена вопросу использования облачных технологий на предприятиях. Авторами рассмотрены основные сервисы облачных технологий, предлагаемые на рынке сегодня, выделены их преимущества и недостатки. Показана практическая значимость облачных технологий для современного предприятия, особое внимание уделено вопросу безопасности и защите данных. Облачные технологии сегодня выступают аспектом повышения конкурентоспособности и перспективным направлением развития.

Ключевые слова: удаленный сетевой доступ, облачные технологии, технологии обработки и хранения данных, облачные вычисления, виртуализация.

A. S. Golubev, E. D. Rodionycheva, E. V. Belyaev

UNIVERSAL APPLICATION OF CLOUDING TECHNOLOGIES

The article is devoted to the use of cloud technologies in enterprises. The authors consider the main cloud services offered on the market today, highlight their advantages and disadvantages. The practical importance of cloud technologies is shown for a modern enterprise, special attention is paid to the issue of data security and protection. Cloud technologies are an aspect of increasing competitiveness and a promising direction of development today.

Key words: remote network access, cloud technologies, data processing and storage technologies, cloud computing, virtualization.

В современных условиях роста глобализации и информатизации усиливается необходимость в удаленном сетевом доступе к данным и вычислительным ресурсам, среди них – сети, серверы, системы хранения, приложения и сервисы. В связи с

этим, расширяется спектр применения облачных технологий, представляющих собой технологии обработки и хранения данных, которые происходят в «облаке» (в защищенной части общего центра обработки данных (ЦОД)).

Причины возрастающей популярности облачных технологий обусловлены возможностями их применения, которые очень разнообразны и позволяют экономить на обслуживании, персонале и на инфраструктуре. Для предприятий облачные технологии – это возможность перевести свои серверы и отделы ИТ на аутсорсинг, тем самым сократить накладные расходы. Аппаратное обеспечение может быть сильно упрощено при работе с данными и их хранении в удаленных ЦОД.

Основой облачных вычислений выступает виртуализация, т. е. изоляция вычислительных процессов и ресурсов друг от друга, которая уменьшает зависимости между ними. При этом серверное и клиентское программное обеспечение не зависит от аппаратной части. Виртуализация предоставляет доступ к ресурсам со всеми приложениями независимо от используемого устройства. Такой подход позволяет интегрировать ПО, даже если на устройствах установлены разные операционные системы, например, Windows, Linux, MacOS, Android и т. п.

Крупные вычислительные облака состоят из тысяч серверов, размещенных в ЦОД. Они обеспечивают ресурсами десятки тысяч приложений, которые одновременно используют миллионы пользователей. Облачные технологии являются удобным инструментом для предприятий, которым слишком дорого содержать собственные ERP, CRM или другие корпоративные информационные системы, требующие приобретения и настройки дополнительного оборудования [4].

В общей градации облачные решения могут быть разбиты на следующие категории: инфраструктура (IaaS), платформы (PaaS), приложения (SaaS).

Рассмотрим каждую категорию подробнее.

Infrastructure-as-a-Service (IaaS) – инфраструктура как услуга, представляет собой набор физических ресурсов, таких, как серверы, сетевое оборудование и накопители, на основе которых пользователь разворачивает свою инфраструктуру с

использованием наиболее подходящего программного обеспечения.

Преимущества данной модели заключаются в снижении капиталовложений в аппаратное обеспечение, снижается риск потери инвестиций, как в случае с организацией собственной инфраструктуры, и появляется возможность плавного масштабирования. В то же время производительность зависит от возможностей поставщика данной услуги, что является узким местом IaaS.

Platform-as-a-Service (PaaS) – платформа как услуга – это модель, в которой пользователь получает доступ к развернутым приложениям и некоторыми параметрами конфигурации среды хостинга, может создавать их виртуальные экземпляры, устанавливать, разрабатывать, тестировать, эксплуатировать на них прикладное программное обеспечение, при этом динамически изменяя количество потребляемых вычислительных ресурсов. Управление инфраструктурой облака берет на себя провайдер, что является основным преимуществом PaaS.

Многие сервисы и большую часть данных, полученных через один продукт PaaS, перенести на другой конкурирующий продукт нельзя. В связи с этим, проблемы использования PaaS могут начать проявляться при перебоях в обслуживании или нарушениях инфраструктуры ЦОД поставщика услуги, что отрицательно скажется на работе пользователей и приведет к дорогостоящим потерям производительности на предприятии [2].

Software-as-a-Service (SaaS) – программное обеспечение как услуга, позволяет пользователям работать с приложениями, развернутыми на удаленных серверах.

Приложения доступны посредством различных клиентских устройств или через интерфейсы тонких клиентов: веб-браузер, веб-почта, или интерфейсы программ.

Основное преимущество модели SaaS для пользователя состоит в отсутствии необходимости установки, обновления и поддержки программного обеспечения. Кроме того, концепция SaaS часто позволяет уменьшить затраты на развертывание и внедрение информационных систем, хотя и не исключает их полностью [6].

Кроме IaaS, PaaS и SaaS можно выделить более детализированные модели облачных решений.

1) Storage-as-a-Service (STaaS) (хранение как сервис) дает возможность сохранять данные пользователя во внешнем хранилище, в «облаке». Для пользователя, оно будет выглядеть как дополнительный логический диск или папка.

2) Management/Governance-as-a-Service (MaaS, GaaS) (администрирование и управление как сервис) дает возможность управлять и задавать параметры работы одного или многих «облачных» сервисов, проводить текущий контроль работы приложений и набор функциональных возможностей справочных служб.

3) Database-as-a-Service (DBaaS) (база данных как сервис) предоставляет возможность работать с базами данных. Обеспечивает функциональные возможности базы данных, схожие с теми, что предоставляют реляционные системы управления базами данных, при этом обеспечивает гибкую, масштабируемую платформу, дает возможность мониторинга, чтобы отслеживать производительность и расход и чтобы предупреждать пользователей о возможных проблемах [5].

4) Workplace-as-a-Service (WaaS) (рабочее место как услуга) предоставляет готовое рабочее место сотрудникам предприятия. В понятие «рабочее место» входит не только ПО, но и аппаратные средства. Установка, обновление, интеграция ПО и техподдержка осуществляется поставщиком услуги [5].

5) Data-as-a-Service (DaaS) (данные как услуга) – модель дистрибуции данных, которая подразумевает, что сбором, управлением и хранением нужной информации занимаются не сотрудники предприятия, а специалисты аутсорсинговой компании [1].

6) Security-as-a-Service (SecaaS) (безопасность как услуга) – модель, в которой поставщик интегрирует свои сервисы по обеспечению безопасности в корпоративную инфраструктуру предприятия [3].

7) Testing-as-a-Service (TaaS) (тестирование как сервис) предоставляет услуги автоматизированного тестирования приложений. Данная модель пользуется спросом у предприятий по разработке ПО, поскольку включает в себя инструменты для

тестирования, выполнения сценариев загрузки, обеспечивает мониторинг приложений и сбор диагностических данных для анализа, позволяет значительно сократить время и затраты на тестирование приложений без ущерба для качества.

8) Process-as-a-Service (BPaaS) (управление процессом как сервис) представляет собой удаленный ресурс, который может связать несколько ресурсов (таких, как услуги или данные, содержащиеся в пределах одного «облака» или других «облаков») для создания единого бизнес-процесса.

9) Integration-as-a-Service (iPaaS) (интеграция как сервис). Пользователь может получать из «облака» полный интеграционный пакет, включая программные интерфейсы между приложениями и управление их алгоритмами. Сюда входят известные услуги и функции пакетов централизации, оптимизации и интеграции корпоративных приложений.

Однако, облачные технологии имеют свои минусы. Самым главным недостатком облачных технологий является полная зависимость от поставщика. Для обеспечения надежности и безопасности данных необходимо иметь дублирующие каналы связи и дублирующие мощности для возможности переключения на них.

Рассмотрим способы обеспечения безопасности облачных технологий. В первую очередь, необходима защита от вторжений, а значит использование межсетевых экранов, который подразумевает работу фильтра, для разграничения внутренней сети ЦОД на подсети с разным уровнем доступа. Это могут быть отдельные серверы, доступные из Интернета или серверы из внутренних сетей. Разграничение контроля доступа и обеспечение прозрачности изменений на системном уровне является одним из главных критериев защиты.

Выделяют ряд основных решений по защите данных:

– шифрование – один из самых эффективных способов защиты данных. Поставщик, предоставляющий доступ к данным, должен шифровать информацию клиента, хранящуюся в ЦОД, а также в случае отсутствия необходимости, безвозвратно удалять;

– аутентификация – защита паролем. Для обеспечения более высокой надежности используются токены.

Таким образом, использование облачных технологий открывает пользователю большое количество возможностей и может быть применено во многих сферах. Облачные вычисления обеспечивают практически неограниченную мощность, устраняя проблемы масштабируемости. Облачные вычисления открывают разработчикам доступ к программным и аппаратным активам, которые большинство пользователей малого и среднего бизнеса не могли бы себе позволить. В том числе, разработчики приложений, используя управляемые через Интернет облачные вычисления, являющиеся результатом такой конфигурации, имеют доступ к ресурсам, позволяющим разрабатывать продукты, которые им не были доступны ранее. Можно с уверенностью сказать, что в ближайшем будущем сервисы на основе облачных технологий станут неотъемлемой частью каждого предприятия, став одним из факторов повышения конкурентоспособности компании.

Библиографический список

1. Data as a Service: что это такое, технические сложности и как их обойти с помощью резидентных прокси. URL: <https://habr.com/ru/company/infatica/blog/472944/> (дата обращения: 02.11.2019).
2. PaaS (Platform-as-a-Service) : материал из Национальной библиотеки им. Н. Э. Баумана. URL: [https://ru.bmstu.wiki/PaaS_\(Platform-as-a-Service\)](https://ru.bmstu.wiki/PaaS_(Platform-as-a-Service)) (дата обращения: 01.11.2019).
3. Знакомимся с SecaaS – преимущества безопасности из облака. URL: https://www.anti-malware.ru/analytics/Technology_Analysis/SecaaS_security_cloud_computing (дата обращения: 01.11.2019).
4. Облачные технологии: основные понятия, задачи и тенденции развития. URL: <http://swwsys-web.ru/cloud-computing-basic-concepts-problems.html> (дата обращения: 01.11.2019).
5. Покупать необязательно: как работает услуга по аренде рабочих мест для сотрудников. URL: <http://softline.rbc.ru/page/pokupat-neobyazatelno-brkak-rabotaet-usluga-po-arende-rabochih-mest-dlya-sotrudnikov/> (дата обращения: 01.11.2019).
6. Программное обеспечение как услуга. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php/SaaS> (дата обращения: 02.11.2019).

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЯМИ В ИННОВАЦИИ – ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Проанализирована роль инвестиций в инновационное развитие предприятий. Рассмотрены методы оценки эффективности инвестиционных проектов и их роль в оценке инвестиций в инновации. Показаны инструменты эффективного управления инвестициями в инновации.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, инновационное развитие, методы оценки инвестиционных проектов, факторы эффективности инвестиций в инновации, инструменты эффективного управления инвестициями в инновации.

V. V. Kindalov, A. A. Karmanova

EFFECTIVE MANAGEMENT OF INVESTMENTS IN INNOVATION – THE RIGHT CHOICE OF METHODS FOR ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF INVESTMENT PROJECTS

This article analyzes the role of investment in the innovative development of enterprises. Methods for assessing the effectiveness of investment projects and their role in evaluating investment in innovation are examined. The tools for effective investment management in innovation are shown.

Key words: investments, innovations, innovative development, methods for evaluating investment projects, factors of investment efficiency in innovation, tools for effective management of investment in innovation.

Инвестиции в инновации играют огромную роль в экономике любой страны. Приток инвестиционных ресурсов обеспечивает общественное воспроизводство как в постоянных, так и в расширяющихся масштабах. В свою очередь, качественную составляющую инвестиций представляют собой инновации, которые определяют возможные направления вложения средств в

новые технологии, продукты, услуги. Все это делает возможным выход экономической системы на качественно более высокий уровень развития. Инвестиции становятся важнейшим средством, обеспечивающим условия реального экономического прорыва Российской Федерации, создающим структурные сдвиги в народном хозяйстве, внедряющим инновации. При этом основой для перехода к инновационной стадии развития является инвестиционно-инновационная деятельность на всех уровнях экономической системы [3, с. 134].

Поэтому, современная экономика как страны в целом, так и каждого отдельного предприятия характеризуется процессами, связанными с постепенным исчерпанием возможностей использования традиционных ресурсов для обеспечения экономического роста. Поэтому, с приближением физических пределов использования ресурсов и снижением их эффективности, каждое предприятие рано или поздно столкнется с проблемой, как и за счет чего можно добиться необходимого для полноценного развития предприятия экономического роста.

В современных кризисных условиях ведения экономических отношений, обусловленных конкуренцией, в качестве способа разрешения экономических проблем, как отдельного предприятия, так и государства в целом, рассматривают необходимость внедрения новейших достижений и решений науки и техники, то есть инноваций [4, с. 28].

Безусловно, любые инновации требуют финансовых вложений. Инвестиции и инновации неразрывно связаны друг с другом в рамках сегодняшнего производственного процесса независимо от масштабов бизнеса. Вливание капитала в инновации преследует цели введения новых технологических решений в деятельность компаний и предприятий. Но нужно понимать и то, что как бы ни был интересен проект с научной точки зрения или точки зрения развития производства, на первое место всегда выходит его рентабельность и получение в будущем прибыли.

Таким образом, инновации в любом из секторов экономики требуют финансовых вложений. Для того чтобы извлечь дополнительную прибыль, повысить эффективность деятельности организации, получить социально-экономический эффект, необходимо осуществлять немалые финансовые вложения. При этом

установлена зависимость: чем на больший успех рассчитывает предприниматель в будущем, тем к большим затратам он должен быть готов в настоящем.

Тем не менее, проблема выбора объекта финансовых вложений для предпринимателя не ограничивается предельной суммой инвестиций. Исследования показали, что наибольшей эффективностью обладают вложения в инновации, где предприниматель имеет возможность получать сверхприбыль. Высокий потенциал эффективности инноваций обеспечивает спрос на нововведения со стороны предпринимателей, формируя рынок научно-технических, организационных, экономических и социальных новшеств.

Однако, инновационная деятельность в большей степени, чем другие сферы предпринимательства, сопряжена с риском, поскольку какая-либо гарантия достижения благоприятных результатов попросту отсутствует. Для выживания в условиях активной конкуренции компания должна совершенствовать свою продукцию, принимая нетривиальные решения, которые только увеличивают степень риска. Поскольку полностью избежать рисков нельзя, компания должна принимать меры по их оценке и снижению. Риск представляет собой следствие действия или бездействия, в результате которого существует реальная возможность получения результатов положительного или отрицательного характера, влияющих на процесс хозяйственной деятельности предприятия.

Стоит также отметить, что инвестирование в инновационные проекты представляет собой соотношение 1:10:100, что говорит о том, что на один удачный проект приходится десять неудачных, но на один вложенный рубль в успешный проект приходится сто рублей дохода. Безусловно, риск велик, и в данном случае первостепенное значение имеет выбор объекта инвестирования, который будет способен принести необходимую прибыль [5, с. 214].

Поэтому, крайне актуальным для каждого из успешно развивающегося предприятия становится разработка конкретного метода выбора объекта инвестирования.

В экономической науке существует множество методов оценки эффективности инвестиционных проектов:

- метод чистой приведенной стоимости (метод чистой дисконтированной стоимости, метод чистой текущей стоимости);
- метод внутренней нормы прибыли;
- дисконтированный срок окупаемости инвестиций;
- индекс доходности;
- метод аннуитета [6, с. 62].

Широко и эффективно применяются динамические показатели оценки экономической эффективности инновационного проекта, основанные на дисконтировании денежных потоков. К их числу относятся: чистый дисконтированный доход, внутренняя норма рентабельности, модифицированная внутренняя норма рентабельности, дисконтированный срок окупаемости инвестиций.

Величина чистого дисконтированного дохода (ЧДД) рассчитывается как разность дисконтированных денежных потоков доходов и расходов, производимых в процессе реализации инвестиций в проект за прогнозируемый период. Суть критерия состоит в сравнении текущей стоимости будущих денежных поступлений от реализации проекта с инвестиционными расходами, необходимыми для его реализации. Чистый дисконтированный доход (ЧДД или NPV) для постоянной нормы дисконта и разовыми первоначальными инвестициями определяют по следующей формуле:

$$NPV = \sum_{t=0}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t},$$

где IC – величина первоначальных инвестиций;

CF_t – денежный поток от реализации инвестиций в момент времени t;

T – шаг расчета;

I – ставка дисконтирования.

Положительное значение NPV свидетельствует о целесообразности принятия решения о финансировании и реализации проекта, а при сравнении альтернативных вариантов вложений экономически выгодным считается вариант с наибольшей величиной NPV.

Индекс рентабельности инвестиций (прибыльности, доходности) PI рассчитывается как отношение чистой текущей стоимости денежного притока к чистой текущей стоимости денежного оттока (включая первоначальные инвестиции):

$$PI = NPV / I_0 ,$$

где NPV – чистые дисконтированные доходы;

I_0 – первоначальные инвестиции.

Правилом принятия решений об экономической привлекательности проекта является условие, что если $PI > 1$, то проект считается экономически выгодным.

Под внутренней нормой рентабельности (прибыльности) (IRR) понимают значение ставки дисконтирования, при котором NPV проекта равен нулю: $IRR = i$, при котором $NPV = (i) = 0$. Смысл расчета этого коэффициента при анализе эффективности планируемых инвестиций заключается в следующем: IRR показывает максимально допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть ассоциированы с данным проектом. Например, если проект полностью финансируется за счет ссуды коммерческого банка, то значение IRR показывает верхнюю границу допустимого уровня банковской процентной ставки, превышение которой делает проект убыточным. Для расчета IRR с помощью таблиц дисконтирования выбираются два значения коэффициента дисконтирования ($i_1 < i_2$) таким образом, чтобы в интервале (i_1, i_2) функция $NPV = (i)$ меняла свое значение с «+» на «-» или «-» на «+», где i_1 – значение коэффициента дисконтирования, при котором i_2 – значение коэффициента дисконтирования [1].

Дисконтированный срок окупаемости инвестиции DDP устраняет недостаток статического метода срока окупаемости инвестиций и учитывает стоимость денег во времени.

Оценка экономической эффективности инновационных проектов предполагает их экспертизу. Экспертная оценка формируется на основе анализа научного содержания инновационного проекта, учитывая: 1) четкость изложения замысла проекта; 2) четкое определение цели проекта и методов исследования; 3) качественные характеристики проекта; 4) актуальность проблемы.

Экспертиза инновационных проектов – это операция системной проверки и контроля следующих показателей: 1) качества системы нормативно-методических, проектно-конструкторских и других документов, входящих в состав проекта, и системы инновационного менеджмента; 2) профессионализма руководителя проекта и его команды; 3) научно-технического и производственного потенциала, конкурентоспособности проекта и организации; 4) достоверности выполненных расчетов, степени риска и эффективности проекта; 5) качества механизма разработки и реализации проекта, возможности достижения поставленных целей.

В соответствии с рекомендациями Организации экономического сотрудничества и развития экспертизу инновационных проектов следует проводить на основании таких принципов, как: 1) наличие самостоятельной группы исследователей, выполняющих роль арбитров в спорных обстоятельствах по итогам экспертизы и составу комиссии, проводящей ее; 2) учет добавленной стоимости как производственной при инновационной и исследовательской сфере деятельности; 3) проведение прогнозирования и планирования издержек исходя из среднесрочной перспективы для возможности определения рассчитываемой эффективности и определения сроков для контроля; 4) связь между схемами контроля и возможностями развития комплекса руководства научно-технической политикой государства.

Методика проведения экспертизы инновационных проектов полагается на определенные методы, с помощью которых они сопоставляются с целью выбора наиболее выгодного варианта проекта. Одним из простейших методов является метод отбора инновационных проектов с использованием списка критериев. Он учитывает значимость проекта для каждого из критериев. Критерии могут отличаться в зависимости от конкретных особенностей отрасли или организации, их стратегической ориентации (например: технические возможности, патентной охраны по цене, вероятность успеха, угроза конкуренции). Проекты ранжируются по степени привлекательности согласно выбранным критериям. В случае необходимости признания результатов анализа проектов, используется метод бальной оценки проекта. В этом случае критериям присваивается вес в зависи-

мости от их относительной важности. Относительное значение факторов выражается количественно. Общий балл путем умножения весовых рангов критериев на относительные значения факторов [2].

Так же используются общенаучные методы, такие, как индексный, балансовый, графический и др.

Оценка эффективности инвестиционных проектов – один из главных элементов инвестиционного анализа. Она является основным инструментом правильного выбора из нескольких инвестиционных проектов наиболее эффективного, совершенствования инвестиционных программ и минимизации рисков.

Но во всех перечисленных методах есть очень важный недостаток. Так как любая инновация это новшество, то очень сложно определить насколько эффективной она будет в будущем. Как уже отмечалось ранее в любом инновационном проекте фактор риска и неопределенности выше, чем в любом другом проекте [7, с. 112].

Таким образом, в первую очередь для эффективного управления инвестициями в инновации предприятию необходимо провести мониторинг рынка на предмет необходимости данной инновации, то есть оценить будущий спрос.

Исследования рынка являются важным элементом деятельности любого предприятия, так как позволяют компании получать информацию из внешней среды (о конкурентах, потребителях и пр.), необходимую для принятия управленческих решений. При выведении инновационного продукта на рынок (существующий или особенно новый рынок) ситуация осложняется за счет особенностей нового продукта или рынка. Сложно заранее знать, найдутся ли потребители у нового продукта и какова будет их реакция. Крупные компании в данной ситуации заказывают дорогостоящие маркетинговые исследования, в ходе которых используются такие методы анализа как анкетирование, фокус-группы и прочие [8, с. 81].

Но вступая на инновационный путь развития, предприятию будет целесообразнее создать группу сотрудников, которая будет непосредственно заниматься мониторингом рынка, и анализировать необходимость той или иной инновации, и вслед-

ствие чего, исходя из соотношения риска и возможной прибыли, и будет приниматься решение об инвестировании.

Безусловно, эффективное управление инвестициями в инновациях это комплексный и очень сложный процесс, который требует повышенного внимания, но особое внимание необходимо уделить именно выбору инновационного объекта для инвестирования, так как в случае неверного выбора объекта, дальнейшие усилия в области управления инвестициями в инновации не будет иметь никакого смысла.

Библиографический список

1. *Балдин К. В., Макриденко Е. Л., Швайка О. И.* Управление инвестициями : учебник / под ред. К. В. Балдина. М. : Дашков и К°, 2016.

2. *Блау С. Л.* Инвестиционный анализ : учебник. М. : Дашков и К°, 2016.

3. *Верховец О. А.* Типы инноваций и их роль в экономическом росте России : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Омск, 2008.

4. *Волощук Д. А.* Слагаемые инвестиционного роста // Российское предпринимательство. 2007. № 10. Вып. 2 (100). С. 83–88.

5. *Городникова Н. В., Гостева С. Ю. и др.* Индикаторы инновационной деятельности: 2009 : статистический сборник. М. : Изд-во ГУ ВШЭ, 2009.

6. *Демин С. С.* Концептуальные основы инновационной модернизации высокотехнологичных и наукоемких отраслей экономики России // Вестник МГОУ. Сер.: Экономика. 2011. № 2. С. 12–14.

7. *Инновационный менеджмент* : учебник. 2-е изд., перераб., доп. / под ред. В. М. Аньшина, А. А. Дагаева. М. : Дело, 2006.

8. *Норт Д.* Понимание процесса экономических изменений. М. : Изд-во ГУ ВШЭ, 2010.

УДК 339.137.2

Ж. К. Коаку, И. А. Сокова

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ
ЭКОНОМИКИ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСПЕХА**

Рассматриваются ключевые факторы успеха стратегии развития предприятия с точки зрения цифровой трансформации экономики.

Ключевые слова: совершенствование, ключевой фактор успеха, трансформация экономики, стратегия развития предприятия.

J. C. Kouakou, I. A. Sokova

**IMPROVEMENT
OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY
IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION
OF THE ECONOMY IS A KEY SUCCESS FACTOR**

The key success factors of the enterprise development strategy from the point of view of the digital transformation of the economy are considered.

Key words: improvement, key success factor, economic transformation, enterprise development strategy.

На современном этапе развития экономики одной из наиболее важных проблем менеджмента является проблема эффективного управления, ведь именно управленческая составляющая играет важнейшую роль в развитии всего предприятия. В частности, одним из направлений менеджмента является выстраивание стратегии дальнейшего развития организации.

Стратегия организации должна учитывать не только особенности текущего развития компании и факторы ее внутреннего построения, но и тактику предприятия при возникновении неожиданных ситуаций и спонтанных изменений во внешней

экономической среде. Это особо важно в условиях меняющейся конкурентной среды. Главными условиями возникновения конкуренции можно выделить следующие:

- полная экономическая обособленность товаропроизводителя;
- полная зависимость товаропроизводителя от конъюнктуры рынка;
- противостояние всем другим товаропроизводителям в борьбе за покупательский спрос;
- наличие рынка средств производства.

Конкуренция также является важнейшим компонентом рынка, она выполняет роль в увеличении качества товара, работ и услуг, сокращении производственных затрат, в изучении технических новинок и открытий.

В современной рыночной экономике выделяют пять основных функций конкуренции:

1. Регулирующая функция представляет собой воздействие на предложение, чтобы оно предельно соответствовало запросам потребителей. Девизом этой функции выступает принцип: производите только то, что сумеете продать, а не пытайтесь продать то, что сумели произвести.

2. Аллокационная функция направляет ресурсы в те отрасли и виды деятельности на продукцию и услуги, которые имеют спрос.

3. Распределительная функция распределяет продукт, по критерию степени дефицитности того или другого производственного характера.

4. Инновационная функция проявляется в нововведениях, которые опираются на достижения НТП.

5. Контролирующая функция призвана не допускать установления монополистического диктата одних агентов рынка над другими.

Можно сделать вывод, что вся совокупность данных функций снабжает общую результативность функционирования рыночной экономики, что именно режим и механизм конкуренции определяют развитие рынка в качестве саморегулирующей системы. Как уже было сказано, одним из основных элементов рынка является конкуренция. Она представляет собой конкрет-

ный механизм, с помощью которого рыночная экономика решает основные вопросы – что? как? для кого производить? Чем активнее конкуренция, тем больше эффективность деятельности рынка. Конкуренция является сердцевинной современной рыночного механизма не только потому, что масштабы ее проявления за последние года возросли. Главная причина состоит в том, что конкуренция является неотъемлемой частью рынка.

Конкуренция содействует установлению равновесной цены, уравниванию спроса и предложения. На конкурентном рынке фирмы осуществляют малый контроль над ценой товара, имеют настолько низкую часть от общего объема производства, что увеличение или уменьшение ее выпуска не будет оказывать столь большого влияния на цену продукции. Производитель, одинаково как и покупатель, ориентируется на рыночную цену. Можно сделать вывод, что конкуренция содействует достижению компромисса между покупателем и продавцом. Фирмы и поставщики ресурсов, которые добиваются роста собственной выгоды и действуют в рамках напряженной конкурентной борьбы, вместе с тем как бы направляемые «невидимой рукой», способствуют обеспечению государственных интересов.

Правильно выстроенная стратегия способна стать одним из самых главных конкурентных преимуществ компании, а неверно выстроенная стратегия способна привести предприятие к краху. Поэтому процесс построения стратегии является одним из самых важных шагов не только на этапе создания организации, но и на протяжении всего жизненного цикла компании.

На современном этапе развития экономики особенно проявляются тенденции внедрения новейших технологий в деятельность организаций, наблюдается структурная перестройка экономических отношений, видоизменений инфраструктуры предприятия. Как следствие, нуждаются в изменениях и механизмы управления компанией. Важно понимать, что грамотное и эффективное использование инноваций в деятельности предприятия возможно только при эффективном управлении. Ведь технологические возможности раскрываются только при должном человеческом потенциале.

За рубежом построение стратегии предприятия стало обычным шагом для любого предприятия, но в России далеко не

все компании учитывают данный этап в своей деятельности. Это представляет собой проблему управленческого характера, которая должна решаться, в противном случае бизнес-сообщество России рискует потерять конкурентоспособность по сравнению с зарубежными компаниями, особенно в период цифровой трансформации экономики, когда удерживание позиций лидера особенно важно и особенно труднодостижимо.

Классический подход к построению стратегии фирмы предусматривает постоянное изменение внешнего окружения компании, обуславливая это необходимостью гибкости стратегии, однако данный подход не предполагает частые изменения концептуальной части стратегии, являющейся ее основой. Но в условиях структурной перестройки экономики именно изменение концепции стратегического планирования необходимо для правильного ориентирования предприятия в быстро меняющихся ситуациях.

Основой определения стратегии должен быть всесторонний анализ внешнего окружения и внутренней среды, так как стратегия развития компании должна учитывать внутренние сильные и слабые стороны предприятия, а также отражать особенности внешней среды.

В составе видения условно можно выделить три составляющих: стержневые ценности (базовые принципы организации); намерения (причины существования компании, напрямую не связанные с ее деятельностью); амбициозная цель. Для их определения можно сформулировать к каждому из компонентов свой вопрос, ответ на который отражал бы суть соответствующей составляющей.

Сформулированное видение служит основой для определения миссии организации. Миссия проясняет то, чем является организация, а также показывает отличие компании от других, подобных ей.

В составе миссии также выделяются следующие составляющие: потребности клиентов, группы клиентов, действия, технология, знания (с помощью чего удовлетворяются потребности клиентов).

Аналогично видению можно сформулировать ряд вопросов к каждому компоненту:

- потребности клиентов;
- группы клиентов;
- действия, технология, знания.

Сформированные элементы концепции служат основой для постановки целей организации. Формулирование целей есть процесс логический, который нельзя полностью формализовать. В большей степени он основан на опыте и интуиции лица, которое занимается целеполаганием. Важное значение имеет иерархия целей, так как она обеспечивает ориентацию всех подразделений организации на достижение ее главных целей.

Последние 15 лет мировая экономика претерпевает существенные изменения, которые вносят дисбаланс в существующие представления относительно работы отдельных рынков и эффективности деятельности конкретных компаний.

Во-первых, исследование PIMS (Profit Impact on Marketing Strategies) убедительно опровергло гипотезу о «хороших» и «плохих» отраслях и доказало, что рентабельность фирм зависит в большей степени не от вида деятельности (выбора рынка), а от внутренних факторов и условий деятельности компании.

Во-вторых, современное состояние экономики иллюстрирует активное «смещение рынков» как по отраслевой направленности, так и по иерархической подчиненности. Например, крупные транснациональные корпорации (такие, как BP, Wal-Mart, Toyota и пр.) имеют выручку, превышающую ВВП многих европейских стран, и, соответственно, имеют больше рыночных властных полномочий и возможностей.

В-третьих, как отмечает Р. Грант, «в мире, где предпочтения клиентов непостоянны, а технологии для удовлетворения потребностей клиентов постоянно эволюционируют, ориентация вовне фирмы не обеспечивает надежного фундамента для формулирования долгосрочной стратегии. Когда внешняя среда постоянно изменяется, собственные ресурсы и способности фирмы могут являться куда более стабильной основой для ее самоидентификации. Таким образом, определение бизнеса в терминах того, что фирма в состоянии делать, может дать более прочную базу для ее стратегии, чем основанное на потребностях, которые бизнес стремится удовлетворить» [1, с. 62].

Увеличение турбулентности внешней среды и скорости экономических изменений определяют формирование нового подхода в стратегическом управлении, направленного на поиск конкурентных преимуществ внутри компании. В данном случае акценты стратегического управления смещаются от нейтрализации угроз и использования рыночных возможностей к созданию и укреплению сильных сторон деятельности самой компании.

Формирование устойчивых конкурентных преимуществ, таким образом, предполагает разработку стратегии, основанной, прежде всего, на внутренних факторах: на уникальности ресурсов, способностей и ключевых компетенций фирмы. Предприятие может одновременно реализовывать несколько стратегий, а может проводиться определенная последовательность в реализации конкурентных преимуществ.

Типы стратегии сокращения:

– стратегия ликвидации используется, когда фирма не может вести бизнес;

– стратегия «сбора урожая» – отказ от долгосрочного ведения производства в пользу получения максимального дохода в краткосрочной перспективе. Предполагает сокращение затрат на закупки, рабочую силу и максимальное получение дохода от распродажи имеющегося продукта. Продолжает сокращаться производство, рассчитанное на то, чтобы при постепенном сокращении до нуля добиться за период сокращения получения максимального дохода;

– стратегия сокращения. Фирма закрывает или продает одно из подразделений для того, чтобы осуществить долгосрочные изменения границ ведения бизнеса. Стратегия реализуется диверсифицированными фирмами, когда одно из производств плохо сочетается с другими;

– стратегия сокращения расходов. Ориентирована на устранение небольших источников затрат. Ее реализация имеет характер временных или краткосрочных мер, связанных со снижением производственных затрат, повышением производительности, сокращением найма или увольнением персонала. Стратегия сокращения затрат переходит в стратегию сокращения, когда начинают продаваться основные фонды.

Положение компаний на рынке в условиях цифровой экономики становится все более сложным, высоки риски и уровень неопределенности при принятии стратегических решений. Такая ситуация связана с неустойчивой конъюнктурой из-за динамичных изменений на технологическом уровне, с ростом интенсивности конкуренции, с усилением присутствия государства в экономике.

Технологические изменения, свойственные цифровой экономике, создают новые рыночные правила игры, что касается как производителей, так и покупателей. В цифровой экономической среде компаниям необходимо непрерывно искать новые конкурентные стратегии и повышать эффективность конкурентной борьбы.

Чтобы выживать и развиваться в новых условиях, компаниям следует динамично наращивать свою компетентность в области цифровых информационных технологий. Базовые направления повышения компетентности как на индивидуальном, так и на организационном уровне завязаны на новые источники получения информации о внешнем окружении, новые каналы передачи информации и новые критерии оценки эффективности деятельности. Это и является ключевым фактором успеха предприятия и основой формирования его конкурентных преимуществ [3, с. 68].

Библиографический список

1. Грант Р. М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формирования стратегии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер.: Менеджмент. 2003. № 3. С. 47–75.
2. Грант Р. Современный стратегический анализ. СПб. : Питер, 2012. 544 с.
3. Шелухина А. А., Сокова И. А. Ключевые факторы успеха предприятия фитнес-индустрии // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики : сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2018. Вып. 14 (30). С. 67–72.

УДК 336.7

Е. А. Кольчугин, Т. М. Малёнкина

ОНЛАЙН-КАССЫ КАК НОВАЯ ЭРА РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Рассмотрены перспективы внедрения онлайн-касс в сфере российского предпринимательства. Проанализированы преимущества и недостатки внедрения контрольно-кассовой техники для организаций.

Ключевые слова: онлайн-касса, фискальный накопитель.

E. A. Kolchughin, T. M. Malyonkina

ONLINE CASH REGISTERS AS A NEW ERA OF BUSINESS DEVELOPMENT

This article discusses the prospects for the introduction of online cashier in the field of entrepreneurship in Russia. The advantages and disadvantages of the introduction of cash registers for organizations are analyzed.

Key words: online cash register, fiscal storage.

С древних времен у государства существует ряд проблем, связанных с организацией учета прибыли, доходов от осуществляемой деятельности налогоплательщиков. С развитием государства развивается и сфера налогообложения, которая не стоит на месте, а непрерывно совершенствуется от создания первого метода двойной записи учета денежных средств Лукой Пачоли до введения онлайн-касс.

Огромным прорывом в методе учета наличных денежных средств, в первую очередь в связи с введением понятия онлайн-кассы, стало принятие в 2015 г. соответствующих поправок в ФЗ № 53 «О применении контрольно-кассовой техники. Под понятием «онлайн-касса» понимается касса нового образца с фискальным накопителем и модулем связи. Государству за короткие сроки удалось разработать эффективную политику в разработке

данного вопроса. Перейдем к рассмотрению основных изменений в этой области. Во-первых, с 1 июля 2017 г. разрешается применять только кассовую технику нового образца, данные мгновенно передаются оператору фискальных данных (далее – ОФД). Во-вторых, одной из самых главных реформ становится введение фискального накопителя, который представляет собой криптографические средства защита информации, фискальных данных, обеспечивающих хранение, обработку информации [1, с. 8–9]. В-третьих, информация по каждой покупке должна передаваться через Интернет, передачу данных будет осуществлять ОФД. В-четвертых, по желанию покупателя на электронную почту приходят сообщения о проведенной транзакции за покупку товара. В-пятых, установлены сроки перехода на данный вид касс предпринимателей, применяющих различные системы налогообложения и осуществляющих определенный вид деятельности. В-шестых, усовершенствовались требования, предъявляемые к отчетности и кассовым чекам, среди которых представляется возможным выделить следующие: наименование торгового объекта (магазина, киоска, интернет-продавца); номенклатура проданного товара; количество проданного товара; стоимость купленного товара одной номенклатуры; итоговая сумма расчета по чеку [2, с. 60–64].

Таким образом, очевидным становится тот факт, что требования, предъявляемые к индивидуальным предпринимателям и организациям по оформлению кассового чека, направлены на усовершенствование методов контроля учета за получением бизнесменами наличных денежных средств за товары и оказанные услуги.

Что изменится в работе из-за перехода на онлайн-кассы?

До недавнего времени использовалась контрольно-кассовая техника (далее – ККТ) с электронной защищенной контрольной лентой (далее – ЭКЛЗ) (рис. 1).

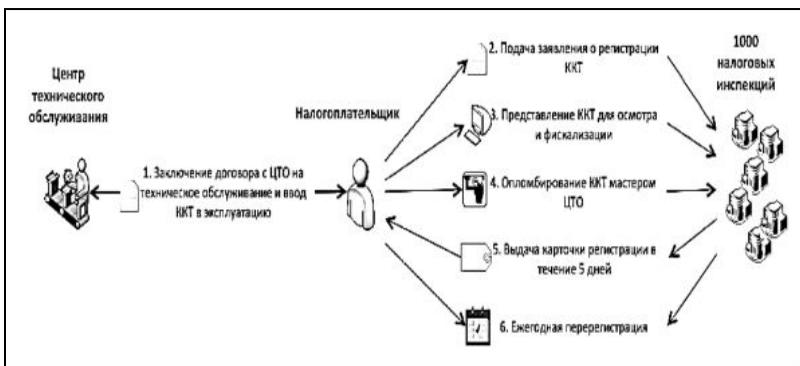


Рис. 1. Применение касс старого образца [5, с. 204]

К недостаткам такого рода КТК можно отнести следующее:

- сдача форм отчетности при личном присутствии в налоговой инспекции;

- процесс регистрации и постановки на учет помимо самого предпринимателя требует присутствие разработчика (продавца) аппарата ККТ при постановке на учет в налоговые органы;
- систематические внеплановые проверки со стороны органов надзора за проведением операций с ККТ.

Новый же способ ведения онлайн-касс устраняет ряд проблем, возникающих при использовании касс старого образца (рис. 2).

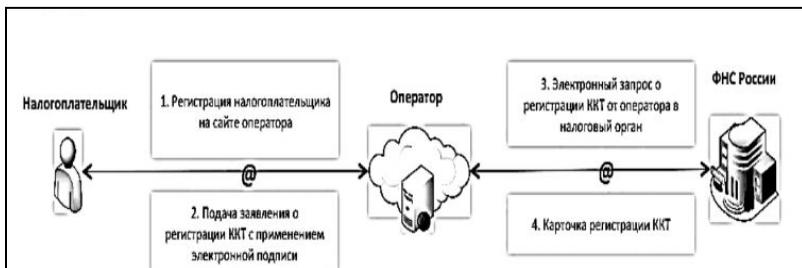


Рис. 2. Применение онлайн-касс [5, с. 204]

Представляется возможны выделение целого ряда положительных моментов от данного нововведения. Так, со стороны Федеральной налоговой службы, это, во-первых, сокращение функционирования «серого» наличного оборота, который долгое время присутствует в российской экономике. Во-вторых, становится затруднительным скрывание своих доходов фирмами для определения налоговыми органами налогооблагаемой базы. В-третьих, пополнение государственного бюджета, возможность перераспределения части национального дохода, ВВП между сферами экономики за счет дополнительных поступлений денежных средств, направление денежных средств в приоритетные отрасли экономики Российской Федерации. В-четвертых, снижение расходов на плановые и неплановые проверки предприятий со стороны налоговых органов [4, с. 259–263].

Для предпринимателей позитивные изменения заключаются в следующем.

Во-первых, больше не нужно постоянно предоставлять данные об учете денежных средств в ФНС (Федеральной налоговой службы), оператор фискальных данных сделает это мгновенно в системе онлайн.

Во-вторых, регистрация ККТ стала намного проще, больше не нужно идти в налоговую службу и регистрировать ее, все теперь возможно делать дистанционно.

В-третьих, у предпринимателей благодаря инновационной системе появится возможность увидеть все сверки и отчеты в «один клик» в режиме 24/7. Риски расхождения данных, а значит, и проверок, и штрафов становятся минимальными.

Как же выбрать онлайн-кассу? В настоящее время существует очень большой выбор касс. Для того, чтобы правильно сделать выбор, необходимо понимать, где, в какой отрасли бизнеса и при каком объеме продаж, она будет использоваться.

Все онлайн-кассы можно сгруппировать на три вида.

1. Автономные кассы. Самый простой вид касс. Аппарат с минимальным объемом функций, модулем для Интернет-соединения, фискальным накопителем.

2. Smart-терминалы. Имеется возможность подключения к облачным сервисам. Оснащены мощным процессором, спо-

собным обрабатывать большой поток входных данных, сенсорным экраном и принтером для печати чеков.

3. Фискальные регистраторы. Основные характеристики: отсутствие дисплея и клавиатуры, необходимость подсоединения к ноутбуку, компьютеру, планшету.

Предпринимателю необходимо разобраться с потребностями торговой точки.

Мелкорозничные компании. Если число проводимых операций в день невелико, а касса для ведения бизнеса необходима, то самым оптимальным вариантом – будет приобретение автономной онлайн-кассы. Подойдет для торговых палаток, ларьков, уличных павильонов.

Небольшие магазины. На протяжении дня в них совершается до 40–50 операций и продавцы пробивают чеки по собственным штрих-кодам. Небольшая номенклатура товаров. Поскольку поток клиентов не велик, то скорость обработки информации аппаратом – не имеет решающего значения, поэтому целесообразным будет приобретение онлайн-кассы с недорогим устройством по считыванию штрих-кодов [3].

Можно интегрировать такую ККТ с программами «1С» и «Мой склад».

Рестораны, кафе, розничные магазины. Ежедневно в этих точках большое количество клиентов, которые хотят, чтобы их обслужили как можно быстрее. Правильно подобранная онлайн-касса может стать ключом к успеху при разработке маркетинговой программы предприятия, а также стать конкурентным преимуществом организации.

Таким предприятиям лучше выбирать технику, которая имеет следующие характеристики:

Во-первых, обладает большим сенсорным экраном, на котором можно разместить большое количество товаров, быстро выбрать необходимый из них и мгновенно пробить чек. Во-вторых, обязательна совместимость с платежным терминалом, а также наличие эквайринга для быстрой оплаты покупки. В-третьих, ведение учета остатков, кассир в режиме реального времени видит, какой товар пользуется спросом, а какой нет, и, в зависимости от этого, определяет, какой товар следует заказать. В-четвертых, возможность на время отложить чек (кассир

не закрывает заказ до тех пор, пока клиент не уйдет, поскольку он может дозаказать товар).

Средние и крупные магазины. Для большинства точек продаж подойдет фискальный регистратор с кассовым компьютером. Существует множество регистраторов с различными параметрами и ценовым диапазоном, и каждый из них подключается к любому компьютеру.

Помимо самой онлайн-кассы, особое внимание следует уделить выбору поставщика. Нельзя забывать о неявных, на первый взгляд, вещах:

– **пропущенные сроки.** При выборе поставщика необходимо быть полностью уверенным в его надежности, так как он может осуществить поставку кассы позже оговоренного срока, а так как без нее нельзя осуществлять предпринимательскую деятельность, то предприятие понесет убыток в виде различных штрафов и пеней;

– **неправильная регистрация кассы.** Если по неопытности вывести из строя фискальный накопитель, его придется заменять. Эта деталь по причине высокого спроса находится в дефиците, ее поставки придется ожидать, и снова время – деньги.

Таким образом, мы понимаем, что от применения онлайн-касс не получится уйти. От нововведения получают выгоды как предприниматели, так и государство.

Наличие и анализ информации о товародвижении – идеальная база для проведения акций, запуска программ лояльности и применения всего спектра популярных розничных технологий даже в самых небольших розничных точках, а также прозрачность ведения операций для налоговых органов.

Правильный выбор, заблаговременная покупка, корректная настройка техники и обучение персонала позволят оперативно перейти на новые требования законодательства с минимальными затратами, избежать штрафов и проблем с эксплуатацией.

Библиографический список

1. *Васнецов С.* ФНС сможет в онлайн видеть, что происходит по всей стране // Рекламно-информационное приложение к газете «Ведомости». 28.02.2017. № 6. С. 6–12. URL: <https://cdn.vdmsti.ru/application/2017/1m/x10vm/original-17iw.pdf> (дата обращения: 23.10.2019).

2. *Гринкевич Л. С., Жалонкина И. Ю.* Новый порядок применения контрольно-кассовой техники: причины введения и последствия // Сибирская финансовая школа. 2017. № 3 (122). С. 60–64. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_29764863_98112771.pdf (дата обращения: 28.10.2019).

3. Инструкция: как выбрать онлайн-кассу. URL: <https://assistentus.ru/kassa/kak-vybrat-onlajn-kassu/> (дата обращения: 29.10.2019).

4. *Силина Т. А., Карпенко С. В.* Новая контрольно-кассовая техника как инструмент налогового и финансового контроля // Вестник АГУ. 2017. Вып. 4. С. 259–265. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/novaya-kontrolno-kassovaya-tehnika-kak-instrument-nalogovogo-i-finansovogo-kontrolya> (дата обращения: 27.10.2019).

5. *Черемисина Т. Н., Моисеева А. Д.* ФЗ-54 или революция в кассовой отрасли // Социально-экономические явления и процессы. 2017. № 3. С. 201–207. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/fz-54-ili-revoljutsiya-v-kassovoy-otrasli> (дата обращения: 25.10.2019).

УДК 368.9.06

А. Ю. Найдич, Т. М. Малёнкина

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ДОБРОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ ОТ УКУСА КЛЕЩА В РОССИИ

Представлена характеристика современного рынка добровольного медицинского страхования от укуса клеща, выделены направления и перспективы его дальнейшего становления и развития.

Ключевые слова: страхование, укус клеща, клещевой энцефалит, добровольное медицинское страхование, страховая компания.

A. Yu. Naydich, T. M. Malyonkina

MARKET DEVELOPMENT PROSPECTS VOLUNTARY MEDICAL INSURANCE FROM A TICK BITE IN RUSSIA

In this article we have written a brief description of the modern market for voluntary health insurance against tick bites. We suggested some directions for the development of tick bite insurance market. Also a conclusion was reached about the prospects of tick bite insurance.

Key words: insurance, a tick bite, tick-borne encephalitis, voluntary health insurance, insurance company.

В настоящее время одной из ключевых опасностей, которая может постигнуть человека, является укус клеща. Укус инфицированного клеща может вызвать клещевой энцефалит или клещевой боррелиоз. Наиболее серьёзным последствием укуса клеща является энцефалит. В случае несвоевременного обращения к медикам смертность от энцефалита наступает в 30–40 % случаев. Болезнь Лайма, или боррелиоз, как правило, жизни человека не угрожает, но может оставить после себя тяжелые последствия в виде поражений суставов и нервной системы, иногда приводя к инвалидности [5]. В связи с этим, остро стоит вопрос защиты жизни и здоровья человека посредством обеспечения страховой защиты.

Заметим, что страхование от укуса клеща возникло в России лишь в 1993 г. Впервые реализовали его практически одновременно две красноярские страховые компании «Надежда» и «АСКО» [4]. Страховая компания «Надежда» только к 2008 году смогла добиться высокой рентабельности и удовлетворительной суммы страховых премий. Для этого она произвела ряд действия по обновлению своего страхового продукта. «Надежда» изменила длинное название с «Медико-страховая защита от клещевого энцефалита» на простое «Антиклещ». Организовала информационно-развлекательные мероприятия в заповеднике «Столбы» [4], который был одним из основных мест скопления клещей региона. И наконец, она разнообразила страховой продукт, добавив новые подкатегории, каждая из которых относилась к

собственному ценовому сегменту с различными условиями страхования [4].

В 2019 г. большинство компаний, обслуживающих население по страхованию от укуса клеща, имеют короткое и ёмкое название своего страхового продукта (чаще всего «Антиклещ»), разнообразные условия страхования, производят динамичный расчёт стоимости полиса в зависимости от определённых факторов: регион проживания страхователя, его возраст, срок, на который приобретается полис страхования, страховая сумма и программа страхового продукта. При этом стоимость страхового полиса обычно не выходит за пределы диапазона от 200 до 500 рублей на одно застрахованное лицо. Страховая сумма у компаний, в свою очередь, имеет значительно больший промежуток. Её значение изменяется в пределах от 100 тыс. р. до 1,5 млн р. В то же время, перечень покрываемых расходов у компаний приблизительно одинаковый. В него входят: медицинская помощь, амбулаторно-поликлиническая помощь, стационарная помощь.

Из всего вышеперечисленного можно утверждать, что на сегодняшний день рынок добровольного медицинского страхования от клещей однообразен. Только малая часть компаний может предложить что-то отличающееся от продуктов других компаний. К примеру, страховая компания «Зетта Страхование» предлагает вместе со страхованием от укуса клеща дополнительно приобрести страховку от наступления несчастного случая (потеря трудоспособности или смерть застрахованного).

Рассмотрим перспективы добровольного медицинского страхования от укуса клеща. По многочисленным отзывам застрахованных даже при длительном сроке непрерывного страхования без наступления страхового случая страхование от укуса клеща может в одночасье оказаться выгодным вложением в своё здоровье, исходя из стоимости лабораторных исследований извлечённого насекомого и дальнейшая профилактика, в любой части России. Расходы при определённых обстоятельствах достигают настолько непомерных сумм, что стоимость страхового полиса покажется незначительной. Дачники, путешественники и люди, ведущие активный образ жизни в летнее время, наиболее уязвимы для нападения клеща. Именно на них в первую очередь

рассчитан этот страховой продукт, и спрос на него со стороны этих групп никогда не иссякнет. То же относится к населению в регионах, где наиболее остро стоит проблема заражения клещевым энцефалитом и другими заболеваниями, передающимися через укус клеща. Наиболее опасными являются следующие регионы: Белгородская, Воронежская, Астраханская, Калининградская, Ростовская, Липецкая, Свердловская, Иркутская области, Хакасия, Тыва, Бурятия, Красноярский и Алтайский края [1].

Выгодно ли компаниям страховать от укуса клеща, если пользоваться услугой станут преимущественно люди, подверженные высокому риску быть укушенными клещом? Не придется ли работать в убыток при постоянных расходах на оплату медицинских услуг клиентам по страховым случаям? Мы считаем, что такого не произойдет. Насколько люди бережно относятся к своему здоровью, настолько они заинтересованы в сохранении своих денег. Как было сказано ранее, при наступлении хотя бы одного страхового случая (укуса клеща) премии, уплаченные страховщику, окажутся вложением в своё здоровье. Поэтому пользоваться услугой продолжат все группы населения, что будет поддерживать процент риска на должном уровне и не позволит страховым компаниям терять прибыль от постоянных выплат.

Ожидается ли расширение ареала распространения клещей, а вместе с ними и опасных заболеваний, передающихся при контакте клеща с человеком? Если исходить из тенденции мирового потепления [4], то это приведёт к росту территории распространения клещевого энцефалита [2]. В 2016 г. Роспотребнадзор предупреждал о нашествии клещей. Их активность в тот год возросла в 4 раза по сравнению с предыдущим [3]. Всё вышеперечисленное говорит о высокой актуальности страхования здоровья от укуса клеща.

Рассмотрим инструменты, которые в данный момент не влияют на стоимость страхового полиса, но, по нашему мнению, могут использоваться в будущем страховыми компаниями для определения страхового риска. Во-первых, рассмотрение сферы трудовой деятельности человека. Дачники, лесничие, лесорубы, егеря, специалисты лесного и лесопаркового хозяйства наиболее активно работают в лесу. Это влечёт за собой повышенный риск

быть атакованным клещом. Поэтому для данных профессий в будущем могут повысить стоимость страховой премии. Во-вторых, может быть создан общий банк клиентов страхования рассматриваемой нами услуги. Страховщики имели бы право обратиться к такой системе и узнать, насколько часто клиент пользовался услугой страхования от укуса клеща и как часто у него наступали страховые случаи. Если такое значение относительно высокое, то страхователь может поднять для него стоимость страхового полиса. Подобная методика окажется актуальной если некоторые индивиды, пожелают заработать на выплате денежных средств. Некоторые страховые компании (например, Ингосстрах) предоставляют возможность выплатить денежную компенсацию за укус клеща вместо распространённой практики оплаты исключительно медицинских услуг.

Не стоит забывать и о возможном увеличении стоимости страхового полиса вследствие постоянного роста медицинских препаратов для профилактики укуса.

Страховые компании имеют различные инструменты для привлечения клиентов с целью приобретения страховых полисов от укуса клеща. Так, например, часть включает этот продукт в комплекс страховых услуг, в качестве «дополнительного бонуса». В то же время, большая часть продвигает её самостоятельно. На наш взгляд, оба варианта ведения бизнеса имеют место быть, и зависит это от конкретной компании и от конкретного региона. Если в северных регионах количество договоров по данному виду страхования может постоянно находиться на одном уровне, а то и вовсе идти на снижение, компания вправе продавать её вместе с другими страховыми услугами. Действительно, это снизит затраты страховой компании на отдельное продвижение непопулярной услуги страхования от укуса клеща, в том случае если продукт не актуален. Таким образом, как нам кажется, сохранится разнообразное продвижение продукта. Оно останется как в виде дополнительной части в пакете услуг, так и может продвигаться отдельно и независимо.

Далее представляется возможным рассмотрение возможности полного излечения человека от болезней, передающихся через клещевой укус или приобретение постоянного иммуните-

та к заболеваниям. К наиболее распространённым заболеваниям инфекцией относятся ранее упоминавшийся клещевой энцефалит и клещевой боррелиоз (болезнь Лайма). Подобные недуги современной медицинской наукой не могут быть полностью побеждены из-за постоянного появления новых штампов. Таким образом, вопрос о потере актуальности данного страхования в связи с найденным методом полного избавления от заражения клещевым энцефалитом или болезнью Лайма не стоит и не будет стоять в ближайшее время.

Таким образом, на основании всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что добровольное медицинское страхование от клещевого укуса останется актуальным ещё долгое время. Также услуга всё ещё имеет потенциал к приобретению новых инструментов оценки определения страхового риска. В связи с этим, заметим, что страхование от укуса клеща имеет тенденцию к модификации. Если у страховой компании ещё нет данного страхового продукта, то ей стоит его внести в свой каталог услуг.

Библиографический список

1. *Курганова Ю.* Роспотребнадзор назвал опасные регионы с кровососущими клещами // Городская столичная газета. 22.04.2019. URL: <https://vm.ru/news/365607> (дата обращения: 27.10.2019).
2. *Локтев В. Б.* Клещевой энцефалит расширяет свои границы на север // Коммерсантъ. Наука : электронный журнал. 2015. № 3. С. 16. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2718271> (дата обращения: 29.10.2019).
3. *Мишина В., Черных А.* Россия в клещах // Коммерсантъ : электронная газета. 05.05.2016. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2979663> (дата обращения: 29.10.2019).
4. *ENCYCLOPEDIA BRITANNICA* : электронный справочник // Global warming. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Global_warming (дата обращения: 29.10.2019).

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ (КОРПОРАТИВНАЯ) КУЛЬТУРА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Феномен организационной (корпоративной) культуры принято изучать в рамках управленческих наук. В настоящее время значительно расширилось исследовательское поле этого явления. В статье предложено рассматривать организационную культуру во взаимосвязи с рыночными факторами, т. е. в системе маркетинга.

Ключевые слова: организационная (корпоративная) культура, маркетинг отношений, приверженность потребителей.

O. S. Romanova

ORGANIZATIONAL (CORPORATE) CULTURE IN THE MARKETING SYSTEM

The phenomenon of organizational (corporate) culture is usually studied in the framework of management Sciences. At present, the research field of this phenomenon has significantly expanded. In the article it is offered to consider organizational culture in interrelation with market factors, i. e. in marketing system.

Key words: organizational (corporate) culture, relationship marketing, consumer commitment.

В обществе с рыночной экономикой все хозяйствующие субъекты в той или иной степени связаны с рыночными механизмами. Даже некоммерческие структуры испытывают на себе воздействия такого фактора как внутриотраслевая конкуренция, спрос на услуги и степень приверженности к организации.

Внутренняя деловая среда организации подвергается влиянию внешних факторов рыночной среды, но, вместе с тем, она также воздействует на рыночные процессы. Организационная (корпоративная) культура рассматривается нами как один из системообразующих элементов внутренней деловой среды, по-

этому возникает необходимость в изучении взаимосвязи этого явления с рыночной системой, а также указать на ее связи с отраслями маркетинга.

Определяя организационную культуру как систему экономических, организационно-управленческих и социально-трудовых отношений, базирующихся на совместном труде, единстве целей и согласовании интересов, и проявляющуюся в единообразном экономическом поведении, мы предлагаем рассмотреть ее влияние на рыночную позицию организации, а также выявить основные направления взаимовлияния на нее маркетинга отношений.

Человеческое поведение в современной действительности во многом определяется законами рынка. Распределение своих сил работник планирует в зависимости от того, что он ожидает получить, затратив время на выполнение своих трудовых обязанностей. Если ожидаемая прибыль его не устраивает, то наблюдается углубление отчуждения труда, оппортунистическое настроение. Организационная культура призвана за счет своих объективных основ (общий корпоративный интерес) и формирования соответствующих трудовых установок со стороны администрации убедить работников в том, что результат общего дела зависит от вклада каждого. Именно общий интерес создает уверенность в будущем организации, а грамотная кадровая политика и система стимулирования персонала призваны наиболее полно удовлетворить потребности каждого участника трудового процесса.

Существуют в каждом регионе в рамках различных сфер деятельности престижные с точки зрения рынка труда организации. За счет чего формируется такой имидж? В первую очередь, коллектив становится командой единомышленников, возникает эффект синергии. Даже в условиях цифровой экономики возможно создание действенной системы социального партнерства при нахождении оптимума в интересах всех участников хозяйственной деятельности. Людей привлекает в такие организации отнюдь не высокая зарплата, поскольку заработать значительные суммы можно и в организациях с крайне непривлекательной рыночной позицией. Имидж успешности формирует потребность в причастности к той или иной организации. Хорошо

известен исторический факт строительства БАМа. Молодежь стремилась принять участие в этом колоссальном проекте, хотелось быть одним из них, не взирая даже на материальные и бытовые трудности, с которыми они могли столкнуться.

Степень приверженности потребителей также в большой степени зависит от организационной (корпоративной) культуры. Качество выпускаемой продукции, постоянная работа по его улучшению, введение инноваций возможно только в случае осознания работниками, руководством, а главное, собственниками необходимости согласования интересов и создания идеологии партнерства. Когда в организации возникает «мы», то культура бизнеса проявляется в своевременности поставок, послепродажном обслуживании, системе бонусов и скидок. Отмечено, что скидки постоянным клиентам предлагают, как правило, те фирмы, где хорошо развита внутренняя социальная политика, действует система морального стимулирования. Подобного рода закономерности наблюдаются в последние десятилетия во многих крупных организациях. Доброжелательность в отношении руководителей и подчиненных и между коллегами неизбежно транслируется на работу с клиентами.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что организационная (корпоративная) культура является необходимым условием для формирования маркетинга отношений, под которым понимают создание партнерских отношений организации с ее контактной средой.

Внутренние интересы, ценности, убеждения, фирменная философия и менталитет отражаются на имидже, деловой репутации, на символике, бренде и других внешних проявлениях организационной культуры.

Рассмотрим взаимодействие таких явлений как внутренний маркетинг персонала и корпоративная культура. По мнению А. В. Пеша, в последние десятилетия параллельно изучается несколько концептуальных теорий внутреннего маркетинга персонала: поведенческий маркетинг персонала, стратегический маркетинг персонала, маркетинг лояльности и отраслевой маркетинг персонала [2]. Выделяя в структуре внутреннего маркетинга персонала отдельные элементы, мы можем рассматривать их как механизмы поддержания организационной (корпо-

ративной) культуры. Как уже было отмечено выше, репутация, бренд, имидж и другие внешние показатели организационной культуры формируются благодаря внутреннему социальному партнерству, которое, в свою очередь, создается, в том числе и благодаря внутреннему маркетингу персонала.

Таким образом, организационная (корпоративная) культура является связующим звеном между внутренним маркетингом персонала и маркетингом отношений. Но при этом мы не поддерживаем точку зрения Ю. Б. Коровиной, которая включает корпоративную культуру в структуру внутреннего маркетинга [1], поскольку исследуемое нами явление принижает внутреннюю деловую среду, цементируя ее. Имея объективные основы, организационная (корпоративная) культура более стабильна и саморегулируема, а значит, включение ее в структуру внутреннего маркетинга на одном уровне с должностными обязанностями, стандартами качества обслуживания и оценкой работы персонала методологически ошибочно.

Организационная (корпоративная) культура имеет непосредственное отношение к такому явлению, как «бренд». Большинство фирм, которые имеют свое торговое название, логотип являются лидерами рынка продаж. Ошибочно было бы утверждать, что на всех существует развитая организационная культура. Многие подобного рода организации привлекательны для работников высокой зарплатой, наличием социальных и материальных льгот. При этом не всегда имеет место диалог, обратная связь между собственниками, руководством и наемными работниками. Но, тем не менее, на основании исследования порядка тридцати крупных производственных предприятий ЦФО мы пришли к выводу о том, что руководство знакомо с феноменом организационной (корпоративной) культуры и предпринимает попытки по ее развитию и поддержанию. Важным остается вопрос осознания ее объективных основ. В таких известных организациях, как ОАО «Шуйские ситцы», ООО «СанИнБеВ», ОАО «Адамант» и некоторых других создана программа развития организационной культуры. По мнению опрошенных работников, именно благодаря этому практически отсутствует текучесть кадров, постоянно растет чистая прибыль, отмечается низкий процент брака, существует соревновательность, преимствен-

ность, а главное, желание работников развиваться вместе со своим предприятием. Эти организации сохраняют свой бренд уже не одно десятилетие.

Библиографический список

1. *Коровина Ю. Б.* Внутренний маркетинг как эффективный инструмент управления персоналом предприятий сферы услуг : дис. ... канд. экон. наук. Ростов н/Д, 2008. 176 с.

2. *Пеша А. В.* Взаимосвязь корпоративной культуры и внутреннего маркетинга персонала организаций сферы обслуживания // Научное ведение : интернет-журнал. Т. 9. № 6 (2017). URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/62EVN617.pdf> (дата обращения: 10.09.2019).

УДК 339.137.2

А. Ю. Савельев, В. Н. Ерёмин

РОЛЬ, СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ УСПЕХА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ПИВА

Производство пива является важной частью экономики страны, поэтому эффективное функционирование отрасли позволяет обеспечить стабильные денежные доходы бюджетов различного уровня. Для обеспечения устойчивости отдельно взятого предприятия важно учитывать характерные факторы успеха, которые позволят добиться стабильного положения на рынке в течение длительного периода времени. В таком контексте повышается актуальность исследования вопросов, связанных с использованием факторов успеха для усиления положения производителя пивной продукции.

Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы успеха, успех производителя пива, сущность факторов успеха, экспертный метод.

ROLE, ESSENCE AND CLASSIFICATION OF KEY FACTORS OF SUCCESS OF A BEER PRODUCER

Beer production is an important part of the country's economy; therefore, the effective functioning of the industry ensures stable monetary incomes of budgets of various levels. To ensure the sustainability of a single enterprise, it is important to take into account the characteristic success factors that will achieve a stable market position for a long period of time. In this context, the relevance of the study of issues related to the use of success factors to strengthen the position of the beer producer is increasing.

Key words: competitiveness, success factors, beer producer success, essence of success factors, expert method.

Как и любые другие предприятия, производители пива нацелены на формирование положительного финансового результата для повышения уровня благосостояния своих собственников. Добиться таких целей, которые стоят перед менеджерами, возможно лишь в случае использования факторов успеха и конкурентоспособности. На текущий момент экономическая ситуация в России является сложной, поэтому добиться устойчивого положения производителя пива возможно лишь в условиях использования имеющихся резервов повышения конкурентоспособности.

Ключевыми факторами успеха является совокупность определенных параметров внутренней и внешней деятельности компании, которые позволяют добиться роста выручки, доли на рынке, а также маржи.

Роль факторов успеха состоит в том, что они позволяют предприятию развиваться, достигать намеченных целей, что создает условия устойчивого и эффективного функционирования предприятия.

Следует отметить, что существует огромное количество различных ключевых факторов, которые имеют определенное влияние на положение производителя пива. Следует рассмотреть их классификацию более детально.

В общем случае выделяют внутренние и внешние факторы. Внешние факторы, в свою очередь, делятся на макроуровень и мезоуровень.

Факторы успеха на макроуровне включают в себя экономическую среду, социальную сферу, научно-техническую, политико-правовую, демографическую и прочие. Например, в условиях сложных экономических процессов может повышаться спрос на более дешевую пивную продукцию, что требует учета влияния такого фактора производителем. Таким образом, факторы успеха не всегда связаны с внутренней деятельностью компании, хотя определенные процессы и тенденции, которые происходят во внешней среде, должны учитываться управленцами, что и позволит добиться успеха в среднесрочной перспективе. Кроме интенсивности роста валового внутреннего продукта, макроэкономическая среда также включает в себя факторы стоимости привлечения кредитования, учетную ставку Центрального банка, прочие экономические процессы, формирующие общую среду, в которой функционирует производитель пивной продукции.

Важное влияние имеет научно-техническая среда, т. к. постоянно появляются различные инновации, которые в дальнейшем можно использовать для повышения эффективности производства пива. Так, речь может идти о создании биотоплива из отходов производственного процесса. Реализация такой инновации на пивном предприятии позволит добиться сокращения расходов на оплату газа и повышения энергоэффективности.

Что же касается факторов мезоуровня, то сюда относятся конкурентная среда, поставщики, поведение потребителей, финансовые учреждения. Это та сфера, которая является внешней по отношению к предприятию, но с которой компания непосредственно взаимодействует в процессе производства и продажи пивной продукции. Конечно, наиболее важную роль играют потребители. Они предпочитают определенные виды продукции, что связано с экономическим положением, модой, личными предпочтениями и так далее. Для производителя пивной продукции важно учитывать вкусы потребителей, что позволит максимизировать объем выручки. Необходимо проводить постоянные исследования целевой аудитории, что обеспечит

управленцев необходимой аналитической информацией для корректировки производственных планов.

Фактором успеха будет также эффективный мониторинг конкурентной среды. Важно не только активно взаимодействовать с потребителями, но также и следить за действиями конкурентов, которые пытаются максимизировать свою эффективность, завоевать существенную долю рынка. Конкуренты проводят активную коммуникационную деятельность, что может сформировать лояльность и приверженность потребителей к конкурентным брендам. Поэтому важно также проводить интенсивную коммуникацию с целевой аудиторией для формирования ядра потребителей.

Конечно, важным фактором успеха является диверсифицированная структура поставщиков. Необходимо контролировать качество сырья и материалов, которые поступают на предприятие, что позволит обеспечить максимальное качество продукции. Ведь пивная продукция должна характеризоваться определенными вкусовыми качествами, в противном случае, даже если маркетинговая деятельность предприятия является эффективной, возможен отток реальных потребителей. Поэтому вопрос контроля качества получаемого от поставщиков сырья и материалов является также важным элементом системы обеспечения успеха компании.

Внутренняя среда предприятия является тем местом, которое и адаптируется к внешней среде. Конкурентоспособность, как экономическая категория, характеризует ситуацию, включающую проектные, производственные, распределительные и потребительские аспекты результатов хозяйственно-экономической деятельности [3, с. 148]. К внутренней среде относятся следующие элементы: общая структура предприятия, производство, маркетинговая подсистема, подсистема научно-исследовательских работ, финансовое управление, подсистема общего управления [2, с. 61] и прочие. В этом контексте структура предприятия может быть фактором успеха в том случае, если она является эффективной, дублирование различных функций отсутствует, как и участки работы, за которые не отвечает ни один из сотрудников. Обычно оптимальной является структура, которая подчиняется одному лидеру, генеральному дирек-

тору. Это позволяет создать центр ответственности, от которого уже делегируются различные задачи.

Конечно, фактором успеха будет эффективный технико-экономический уровень производства. Если предприятие способно обеспечить минимизацию отходов, производит качественную с точки зрения вкуса, цвета, других параметров оценки пива продукцию, то можно ожидать, что такая продукция будет пользоваться спросом среди целевой аудитории.

Также важную роль играет квалификация персонала, ведь опытный специалист способен решать производственные и другие задачи в течение более короткого периода времени, а значит максимизировать эффективность расходов предприятия на оплату труда и привлечение сотрудников. Для максимизации положительного влияния этого фактора целесообразно не только формировать эффективную систему мотивирования сотрудников, но также и обеспечивать их профессиональное развитие.

Конечно, качество, ассортимент продукции также имеют существенное влияние на успех производителя пивной продукции. Важно формировать широкий ассортимент, что позволит удовлетворить потребности различных групп потребителей. Речь идет о создании эконом-продукции, премиум-продукции, продукции для мужчин и женщин, пива темных и светлых сортов и так далее. Разнообразие позволит охватить максимальный объем рынка. Конечно, качество является краеугольным фактором конкурентоспособности и успеха предприятия.

Финансово-экономическое состояние также может иметь крайне важное значение для успеха компании. Если недостаточно оборотных средств, то обеспечивать стабильное производство и сбыт просто невозможно. Поэтому важно бюджетировать, планировать, придерживаться финансовой дисциплины, что позволит обеспечить стабильность всего операционного процесса за счет наличия необходимых источников финансирования.

Ценовая политика предприятия также имеет существенное влияние. Эффективная реализация ценовой политики осуществляется путем управления издержками производства, что, в свою очередь, ускоряет процесс продаж, создает почву для повышения конкурентоспособности учреждения [1, с. 155].

Организационная культура означает совокупность мнений и представлений о том, какую роль играет предприятие для общества. Важно, чтобы пивные производители пропагандировали здоровый образ жизни, финансировали мероприятия по усилению контроля над продажей пива для минимизации риска его потребления лицами, не достигшими 18 лет. В таком случае можно надеяться на благосклонное отношение к предприятию и его брендам со стороны широкой публики, несмотря на производство алкогольной продукции.

Маркетинговая деятельность выступает в качестве ключевого элемента стратегического планирования компаний и инструментом достижения наилучших коммерческих результатов [4, с. 44].

Особенно важной сферой является коммуникационная политика предприятия, то есть постоянное напоминание о себе и своей продукции, что позволяет достичь различных маркетинговых целей, в том числе увеличить объем продаж. Необходимо сообщать клиентам о новых элементах ассортимента, а также поддерживать продажу уже известных для потребителей. Для этого можно использовать традиционные инструменты продвижения с помощью рекламы, PR, стимулирования сбыта, прямых продаж, организации различных мероприятий, например, конкурсов, дегустаций и так далее. Комплексная реализация коммуникационной политики позволит добиться синергетического эффекта.

Для практического исследования формирования конкурентоспособности и использования факторов успеха было проведено исследование деятельности Ивановского филиала АО «Сан-Инбев», филиала «Балтика-Ярославль», филиала ЗАО МПБК «Очаково» (г. Пенза), филиала «Волга» АО «ОПХ», филиала ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» в г. Калуга. Основным объектом исследования является Ивановский филиал АО «Сан-Инбев». Опрос проводился среди сотрудников предприятия, клиентов, поставщиков с 4 по 8 февраля 2019 года.

Вопрос состоял в том, какие, по мнению экспертов, факторы являются ключевыми для достижения успеха. Были выявлены такие: качество продукции, цены на продукцию, активность маркетинговой деятельности, ширина ассортимента, уровень технологии, финансовые возможности (см. табл.).

**Матрица конкурентного профиля,
взвешенная на коэффициенты**

№	Показатели	Ивановский филиал АО «Сан-Инбев»	Филиал «Балтика-Ярославль»	Филиал ЗАО МПБК «Очаково», г. Пенза	Филиал «Волга» АО «ОПХ»	Филиал ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» в г. Калуга
1	Качество продукции	1,48	1,46	1,47	1,48	1,48
2	Цены на продукцию	1,64	1,63	1,66	1,64	1,62
3	Активность маркетинговой деятельности	0,83	0,93	0,98	1,15	0,85
4	Ширина ассортимента	0,81	0,96	0,71	0,95	0,74
5	Уровень технологии	1,07	1,11	1,23	1,04	1,02
6	Финансовые возможности	0,63	1,17	1,17	1,26	1,24
	Всего	6,45	7,26	7,20	7,51	6,94

Исследуемое предприятие характеризуется низким уровнем конкурентоспособности и недостаточным использованием имеющихся ключевых факторов успеха. Проблемным участком являются финансовые возможности, ведь предприятие демонстрировало существенную убыточность в течение нескольких последних лет. Это приводит к вымыванию оборотного капитала, что создает угрозы для стабильной дальнейшей деятельности. Поэтому важно восстановить рентабельность деятельности компании, что позволит добиться прогнозируемой и эффективной деятельности.

В целом предприятие имеет хорошую и налаженную технологию производства, что позволяет производить продукцию высокого качества. Кроме этого, предприятие постоянно ориентируется на цены конкурентов, поэтому по такому критерию уровень конкурентоспособности также является высоким. Целесообразно проводить более активную маркетинговую деятельность, что позволит повысить спрос на основную продукцию.

Считаем, что для восстановления желаемой траектории стабильного развития, повышения интенсивности производства

и сбыта, важно предпринять мероприятия по обеспечению финансового оздоровления компании. Возможно, если определенные элементы ассортимента не пользуются спросом, то более разумным будет закрыть такую линию, продать основные средства и сосредоточиться на той продукции, которая обеспечивает положительную доходность и прибыльность. Важно понимать, что если предприятие будет получать убытки, то такая ситуация может продолжаться в течение короткого периода времени. Устойчивая убыточность приводит к банкротству.

Важно отметить, что предприятие является частью большой международной группы, поэтому эффективный план по восстановлению приемлемого положения компании на рынке позволит привлечь существенный объем финансирования, то есть можно утверждать, что обоснованные управленческие решения будут поддержаны международным менеджментом компании. Поэтому считаем, что, несмотря на сложное экономическое положение, достаточно эффективное управление факторами успеха пивного производителя позволит компании восстановить целевые показатели эффективности.

Подводя итог, отметим, что существует огромное количество внутренних и внешних факторов, которые приводят к успеху или потере рыночной доли. Определено, что наиболее важными факторами успеха для производителя пива являются качество продукции, цены на продукцию, активность маркетинговой деятельности, ширина ассортимента, уровень технологии, финансовые возможности. Это важно учитывать в процессе обоснования путей, которые позволят усилить текущее рыночное положение компании на рынке пивной продукции.

Библиографический список

1. *Ибрагимов Ш. М.* Ценовой фактор роста конкурентоспособности потребительских товаров и его роль в экономическом развитии Азербайджана // Часопис економічних реформ. 2015. № 1. С. 154–158.

2. *Литова Е. М., Хомякова А. А.* Системный подход в управлении конкурентоспособностью организации // Известия высших учебных заведений. Сер.: Экономика, финансы и управление производством. 2013. № 4 (18). С. 61–64.

3. *Овчинникова Т. В.* Сущность конкурентоспособности, ее показатели и модели // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации. 2018. С. 148–150.

4. *Решетько Н. И.* Место и роль маркетинга в деятельности предприятия // Молодой ученый. 2014. № 6.2. С. 44–47.

УДК 368.4

Е. А. Фомина

АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ООО «СПОРТМАСТЕР» И КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Корпоративная социальная ответственность постепенно становится обязательным условием эффективного использования трудовых ресурсов любого крупного предприятия. Наличие этого фактора обеспечит не только качественное использование этого важнейшего ресурса предприятия, но и преданность и высокую мотивацию работников.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социально-трудовые отношения; социальное партнерство; трудовые ресурсы; сотрудничество; структура персонала.

E. A. Fomina

ANALYSIS OF LABOR RESOURCES OF LLC «SPORTMASTER» AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE ORGANIZATION

Corporate social responsibility is gradually becoming a prerequisite for the effective use of human resources of any large enterprise. The presence of this factor will ensure not only the qualitative use of this important resource of the enterprise, but also the dedication and high motivation of employees.

Key words: corporate social responsibility, social and labor relations; social partnership; labor resources; cooperation; personnel structure.

Огромную роль в формировании и развитии социально-трудовых отношений сыграли и продолжают играть различные институты. Необходимо подчеркнуть, что собственно трудовые отношения рассматриваются через совокупность регулирующих правил и взаимосвязей между основными субъектами по поводу вопросов гарантий занятости, найма, увольнения, выхода на пенсию, условий труда, распределения доходов. Следовательно, сама сущностная характеристика социально-трудовых отношений уже предполагает их институционализацию, т. е. формирование устойчивых норм, правил, процедур, линий поведения и взаимодействия основных субъектов: наёмных работников, работодателей и государства [1, с. 230].

Термин «социально-трудовые отношения» вошел в научный оборот и стал широко использоваться относительно недавно. Ранее, в период существования СССР, в специальной литературе данный термин не употреблялся. Однако это не означает, что социально-трудовые отношения отсутствовали, и что они не изучались. Они занимали определенное место в практической деятельности предприятий, но при этом использовались другие термины [1, с. 34–37].

Социально-трудовые отношения характеризуют экономические, психологические и правовые аспекты взаимосвязей индивидуумов и социальных групп в процессах, обусловленных трудовой деятельностью.

Другая точка зрения получила название теории просвещенного эгоизма. В ней КСО отождествлялась со спонсорством и благотворительностью как разновидностями социального инвестирования. Квинтэссенцией теории стал тезис о том, что текущее сокращение прибылей компаний за счет социально ориентированных трат создает благоприятное социальное окружение, способствующее устойчивому развитию бизнеса.

За последние 10 лет международное понимание необходимости КСО и теоретическое обоснование направлений ее развития значительно продвинулись по сравнению с представленными выше взглядами. В современных условиях общественного развития трактовка концепции КСО, когда в социальную ответственность попадает все, включая способность вовремя выплачивать своим сотрудникам зарплату и вовремя платить налоги,

характерна для «молодых, развивающихся рынков, недавно открывшихся (всего 10 лет назад), типа российского и китайского». Более узкая трактовка, принятая в западных компаниях, гласит, что «социальная ответственность – это способность и желание бизнеса по собственной воле заниматься вопросом, не только прямо не связанным с производством, продажей товаров и услуг, но и с благополучием общества той страны, в которой компания работает», а общество – это в том числе потребители продукции компании и сотрудники компании, а также их семьи [2, с. 106].

Современная концепция КСО, распространенная на Западе, показывает стремление компаний добровольно и самостоятельно решать наиболее насущные проблемы общества. Например, Европейская Комиссия дает такое определение КСО: «Корпоративная социальная ответственность, по своей сути, является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды».

Для формирующейся модели социально-трудовых отношений в современной России это означает, что основной предметной областью должны стать вопросы, связанные с заработной платой и регулированием доходов. При этом очень важным представляется, какую роль и по каким направлениям в регулировании доходов играет государство, работодатели и сами работники [2, с. 105].

При этом работники должны иметь достаточно сильные материальные стимулы выходить на пенсию только при достижении стандартного пенсионного возраста. Часть стимулов носят естественный характер: во-первых, за годы дополнительной работы накапливается дополнительный пенсионный капитал, во-вторых, в расчете размеров пенсии должен использоваться меньший ожидаемый срок ее получения. К этому необходимо добавить серьезный дополнительный стимул: выходящим на пенсию досрочно должна быть запрещена трудовая деятельность (по крайней мере, до достижения стандартного возраста). Тем самым дилемма, о которой говорилось выше, будет поставлена перед каждым работником и каждый сможет сделать соб-

ственный выбор, исходя из своего состояния здоровья, материальных условий и семейных обстоятельств [4, с. 103].

В рамках целей и задач данной работы проведем анализ использования трудовых ресурсов, производственных фондов, материальных ресурсов и их влияния на состояние и динамику выручки (товарооборота).

Итак, анализ кадровой политики ООО «Спортмастер» будет проводиться по следующим направлениям:

- обеспеченность трудовыми ресурсами;
- исследование качественного состава;
- исследование движения персонала.

Источники информации для проведения анализа: штатное расписание и статистическая отчетность.

1) В период с 2015 по 2017 годы в ООО «Спортмастер» были существенные отклонения плановых показателей трудовых ресурсов от фактических. Данные изменения вызваны тем, что кадровая политика ООО «Спортмастер» не была полностью эффективной.

2) Недостаток менеджеров не мог восполниться избытком других категорий персонала. Из-за этого показателя возможно и уменьшение такого показателя, как производительность труда.

Необходимо пересмотреть плановые показатели и придерживаться их фактически.

Говоря о динамике численности персонала к уровню 2016 г., можно сказать, что она изменялась и выявлено увеличение на 5,56 %, однако также замечено и общее уменьшение объёмов выручки, а в 2016 г. фактическое количество работников всех категорий согласовано с планом, но к концу года несколько менеджеров уволилось, была нехватка торговых сотрудников.

Как известно, и избыток, и недостаток рабочей силы приводит к их нерациональному использованию, всё это сопровождается дополнительными затратами, как следствие, прибыль уменьшается.

Проведём анализ качественного состава ООО «Спортмастер» – исследуем работников по половозрастному признаку, а также по уровню образования и группам должностей (табл. 1).

Таблица 1

**Качественный состав работников ООО «Спортмастер»
за 2015–2017 гг.**

Показатель	2015 г.	Удель- ный вес, %	2016 г.	Удель- ный вес, %	2017 г.	Удель- ный вес, %
По возрасту, лет:						
До 20	1	5,56	1	5,26	1	4,55
20–30	12	66,67	11	57,89	13	59,09
30–40	3	16,67	4	21,05	5	22,73
40–50	1	5,56	2	10,53	2	9,09
50–60	1	5,56	1	5,26	1	4,55
Всего	18	100	19	100	22	100
По образованию:						
среднее / среднее специальное	5	27,78	7	36,84	10	45,45
неоконченное высшее	8	44,44	7	36,84	4	18,18
высшее	5	27,78	5	26,32	8	36,36
Всего	18	100	19	100	22	100
По полу:						
Мужчины	8	44,44	7	36,84	10	45,45
Женщины	10	55,56	11	63,16	12	54,55
Всего	18	100	19	100	22	100

Исследуя качественный состав работников ООО «Спортмастер», можно сделать вывод о том, что в основном это люди в возрасте от 20 до 40 лет, имеющие среднее специальное и неоконченное высшее образование, в большинстве – женщины, что непосредственно связано со спецификой деятельности торгового предприятия. Итак, исследуемое торговое предприятие не ставит основной целью набор сотрудников с высшим образованием, что, в свою очередь, не всегда является правильным решением, поскольку малообразованный персонал снижает качество выполнения поставленных целей.

Одним из наиболее ответственных этапов при оценке обеспеченности рабочей силой является изучение её движения. Данные о движении сотрудников ООО «Спортмастер» представлены в табл. 2.

Таблица 2

Данные о движении работников ООО «Спортмастер», %

№	Показатель	Период, годы			Изменение по годам	
		2015	2016	2017	2016	2017
1	Состояло в списочном составе на начало года	16	18	19	2	1
2	Принято в течение года	5	9	10	4	1
	а) самим п/п	3	6	8	3	2
	б) направлено службой занятости	2	3	2	1	-1
3	Выбыло в течение года	3	8	7	5	-1
	а) уволено за прогулы	1	2	3	1	1
	б) по собственному желанию	2	5	4	3	-1
	в) другие причины, предусмотренные законом	-	1	-	1	-1
4	Состояло в списочном составе на конец года	18	19	22	1	3
5	Среднесписочная численность	17	19	21	2	2
6	Коэффициент оборота по приему, (стр. 2 : стр. 5)	0,29	0,474	0,476	0,184	0,002
7	Коэффициент оборота по приему, (стр. 3 : стр. 5)	0,176	0,421	0,33	0,245	-0,091
8	Коэффициент оборота по приему, (стр. 3а + стр. 3б) : стр. 5	0,176	0,368	0,33	0,192	-0,038

Выбытие работников в ООО «Спортмастер» может быть обусловлено различными причинами (к примеру, связано с собственным желанием, с нарушениями трудовой дисциплины, с состоянием здоровья и пр.). Данные таблицы 2 говорят о том, что за 2017 год в ООО «Спортмастер» было принято на работу 10 человек, что, в свою очередь, больше 2015 года на 5 человек. Число выбывших в 2017 году составило 7 человек. За 2015 год уволено 3 человека, коэффициент выбытия был также на низком уровне (0,176), однако вследствие увеличения количества уво-

ленных в 2016 году на 5 человек, коэффициент выбытия увеличился до 0,421 процентных пункта, а в 2017 году составил 0,33 процентных пункта [3, с. 65].

Основной причиной увольнения персонала является невысокий уровень оплаты труда и несоблюдение работниками трудовой дисциплины.

На предприятии присутствует неэффективная система отбора персонала, о чем говорят коэффициент текучести в 2017 году, уменьшение производительности труда и уменьшение качества кадрового состава.

Библиографический список

1. *Гурьева О. Ю.* Корпоративная социальная ответственность как институт // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. 2015. № 9 (25). С. 230–235.

2. *Гурьева О. Ю.* Корпоративная социальная ответственность как важнейшая современная социально-экономическая категория // На пути к гражданскому обществу. 2015. № 4. С. 105–108.

3. *Гурьева О. Ю.* Экономика Ивановской области в период кризиса – фундаментальные проблемы // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2018. № 1. С. 65–67.

4. *Гурьева О. Ю.* Реформирование пенсионной системы России на основе расчета пенсионных баллов // Известия высших учебных заведений. Сер.: Экономика, финансы и управление производством. 2016. № 1 (27). С. 103–108.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Беляев Евгений Вадимович

Belyaev Evgeny Vadimovich

Доктор технических наук, профессор, профессор кафедры информационных технологий в экономике и организации производства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, belyaev.ewg@yandex.ru

Doctor of Technical Sciences, Professor, Professor of the Department of Information Technologies in Economics and Production Organization, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, belyaev.ewg@yandex.ru

Бернарду Виейра Исмаель

Bernardo Vieira Ismael

Студент 2 курса экономического факультета, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, Гвинея-Биссау, vieirabernardo137@gmail.com

2nd year student of the Faculty of Economics, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, Guinea Bissau, vieirabernardo137@gmail.com

Голубев Александр Сергеевич

Golubev Aleksandr Sergeevich

Магистрант кафедры информационных технологий в экономике и организации производства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, golubewalex@bk.ru

Undergraduate of the Department of Information Technologies in Economics and Production Organization, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, golubewalex@bk.ru

Ерёмин Виктор Николаевич

Eremin Viktor Nikolaevich

Доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, v.eremin37@mail.ru

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, v.eremin37@mail.ru

Карманова Алёна Алексеевна
Karmanova Alena Alekseevna

Студентка магистратуры факультета экономики и менеджмента, Ковровская государственная технологическая академия имени В. А. Дегтярёва, г. Ковров, Россия, karmanovaalena_1995@mail.ru

Student of magistracy Faculty of Economics and Management, Kovrov State Technological Academy name V. A. Degtyarev, Kovrov, Russia, karmanovaalena_1995@mail.ru

Киндалов Владимир Владимирович
Kindalov Vladimir Vladimirovich

Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управление производством, Ковровская государственная технологическая академия имени В. А. Дегтярёва, г. Ковров, Россия, vkintash@mail.ru.

Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor, Department of Economics and Production Management, Kovrov State Technological Academy name V. A. Degtyarev, Kovrov, Russia, vkintash@mail.ru

Коаку Жан Клод
Kouakou Jean Claude

Магистрант кафедры менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, kouakoujeanclaude.jck@gmail.com

Magister of the Department of Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, kouakoujeanclaude.jck@gmail.com

Кольчугин Евгений Андреевич
Kolchughin Evgeny Andreevich

Студент экономического факультета направления подготовки «Финансы и кредит», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, zkolchughin@mail.ru

Student of the faculty of Economics in the field of «Finance and Credit», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, zkolchughin@mail.ru

Кочиашвили Илья Давидович
Kochiashvili Ilya Davidovich

Магистрант кафедры экономики и организации предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, vikanovikov@yandex.ru

Magister of the Department of Economics and Business Organization, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, vikanovikov@yandex.ru

Луховская Ольга Константиновна
Lukhovskaya Olga Konstantinovna

Доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента и технологии бизнеса, Ивановский филиал Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, г. Иваново, Россия, ollga37@yandex.ru

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management and Business technology, Ivanovo branch of the Plekhanov Russian University of Economics, Ivanovo, Russia, ollga37@yandex.ru

Малёнкина Татьяна Михайловна
Małyonkina Tatiana Mikhailovna

Кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и банковского дела, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, tatyana1888@gmail.com

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Finance and Banking, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, tatyana1888@gmail.com

Найдич Артем Юрьевич
Naydich Artem YUrieovich

Студент экономического факультета направления подготовки «Финансы и кредит», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, 89268779428@mail.ru.

Student of the faculty of Economics in the field of «Finance and Credit», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, 89268779428@mail.ru

Некрасова Ирина Вадимовна
Nekrasova Irina Vadimovna

Кандидат экономических наук, ООО ИПП «Салюс», г. Иваново, Россия, irinnek@gmail.com

Candidate of Economic Sciences, ООО IPP «Salus», Ivanovo, Russia, irinnek@gmail.com

Новиков Виктор Алексеевич
Novikov Viktor Alekseevich

Доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и организации предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, vikanovikov@yandex.ru

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of Department of Economics and Business Organization, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, vikanovikov@yandex.ru

Пузырев Иван Владиславович
Puzirev Ivan Vladislavovich

Аспирант кафедры экономической теории и региональной экономики, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, puzirev.ivan@gmail.com

Post-graduate student of the Department of Economic Theory and Regional Economy, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, puzirev.ivan@gmail.com

Родионычева Екатерина Дмитриевна
Rodionycheva Ekaterina Dmitrievna

Магистрантка кафедры информационных технологий в экономике и организации производства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, rodionycheva.97@yandex.ru

Undergraduate of the Department of Information Technologies in Economics and Production Organization, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, rodionycheva.97@yandex.ru

Романова Ольга Сергеевна
Romanova Olga Sergeevna

Кандидат экономических наук, доцент, г. Иваново, Россия, olga_romanova79@mail.ru

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Ivanovo, Russia, olga_romanova79@mail.ru

Савельев Александр Юрьевич
Saveljev Alexandr Yurevich

Магистрант кафедры менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, alexsavelev21@yandex.ru

Undergraduate Department of Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, alexsavelev21@yandex.ru

Сокова Ирина Александровна
Sokova Irina Alexandrovna

Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, sokova1101@yandex.ru

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, sokova1101@yandex.ru

Соколов Александр Евгеньевич
Sokolov Aleksandr Evgen'evich

Аспирант кафедры экономической теории и региональной экономики, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, sokolov194@mail.ru

Postgraduate, Department of Economic Theory and Regional Economics, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, sokolov194@mail.ru

Солдатов Вадим Владимирович
Soldatov Vadim Vladimirovich

Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и региональной экономики, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, vv_soldatov@rambler.ru

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economic Theory and Regional Economics, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, vv_soldatov@rambler.ru

Фомина Елена Алексеевна
Fomina Elena Alekseevna

Магистрантка кафедры менеджмента и технологий бизнеса, Ивановский филиал Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, г. Иваново, Россия, kordyukova.lena@bk.ru

Graduate student of the Department of Management and Business Technology, Ivanovo branch of the Plekhanov Russian University of Economics, Ivanovo, Russia, kordyukova.lena@bk.ru

Чесноков Михаил Андреевич
Chesnokov Mikhail Andreevich

Магистрант кафедры информационных технологий в экономике и организации производства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, chesnokov96@yandex.ru

Undergraduate of the Department of Information Technologies in Economics and Production Organization, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, chesnokov96@yandex.ru

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Сборник научных трудов «Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики» включен в РИНЦ, договор № 108-03/2012 от 22.03.2012 г.

Для своевременной подготовки сборника статьи необходимо представлять в следующие сроки: до **01 АПРЕЛЯ** (весенний выпуск) и до **01 НОЯБРЯ** (осенний выпуск).

Материалы необходимо представлять по адресу:

153025, г. Иваново, ул. Тимирязева, д. 5, 6-й корпус ИвГУ,
ауд. 720, кафедра экономической теории
и региональной экономики,
или по электронной почте politeconom@yandex.ru
Контактный телефон: 8 (4932) 93-85-57.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

Текст статьи представляется в электронном виде с приложением одного экземпляра распечатки.

Электронный вариант текста должен иметь следующие параметры:

Выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word и сохраняется с расширением doc. В качестве имени файла указывается фамилия, имя, отчество автора русскими буквами (например: Иванов Иван Иванович).

Компьютерный набор статьи должен удовлетворять следующим требованиям: размер бумаги – А 5; поля – по 2 см со всех сторон; ориентация страницы – книжная; шрифт – Times New Roman; размер шрифта – 11 pt; таблицы – 10 pt; межстрочный интервал – 1; выравнивание текста – по ширине; отступ (абзац) – 1 см, расстановка переносов – автоматическая. **Не использовать автоматической нумерации списков.**

Построение статьи:

1. Индекс УДК (присваивается по названию статьи и ключевым словам).

2. И. О. Фамилия **(на русском и английском языках)**.

3. Название статьи (сокращения в названии недопустимы) **(на русском и английском языках)**.

4. Аннотация, объясняющая цель работы, актуальность проблемы (не более 6 строк) **(на русском и английском языках)**.

5. Ключевые слова (5-6 слов или словосочетаний, несущих в тексте основную смысловую нагрузку) (**на русском и английском языках**).

6. Текст статьи (**объем не ограничен, но не менее 8800 знаков**).

7. Библиографический список (указывается в **алфавитном** порядке, нумеруется **вручную**).

8. Сведения об авторах: Ф.И.О. полностью, ученая степень, ученое звание, полное название организации и подразделения, город, страна (в именительном падеже) – место работы или учебы автора (**на русском и английском языках**), адрес электронной почты для каждого автора.

Библиографические ссылки в тексте оформляются квадратными скобками с указанием порядкового номера издания по библиографическому списку и номером страницы. Например [1, с. 6]. Если в библиографическом списке всего 1 источник, то он оформляется в виде ссылки внизу страницы.

Единицы измерения приводятся в соответствии с международной системой единиц (СИ).

Рисунки, схемы, диаграммы должны быть размещены в соответствии с логикой изложения. В тексте статьи должна даваться ссылка на конкретный рисунок, например (рис. 2). Схемы выполняются с использованием штриховой заливки или в **оттенках серого цвета**; все элементы схемы (текстовые блоки, стрелки, линии) должны быть сгруппированы. Каждый рисунок должен иметь порядковый номер, название и объяснение значений всех кривых, цифр, букв и прочих условных обозначений.

Таблицы. Каждую таблицу следует снабжать порядковым номером и заголовком. Таблицы должны быть представлены в текстовом редакторе Microsoft Word и располагаться в соответствии с логикой изложения. В тексте статьи должна даваться ссылка на конкретную таблицу, например (табл. 2). Все графы таблицы должны быть озаглавлены. Одновременное использование таблиц и графиков (рисунков) для изложения одних и тех же результатов не допускается.

Статьи, оформленные не по требованиям, будут возвращены авторам.

**МНОГОУРОВНЕВОЕ
ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО:
ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

**Сборник научных трудов
Вып. 17 (33)**

Под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой

Директор издательства *Л. В. Михеева*
Технический редактор *И. С. Сибирева*
Компьютерная верстка *С. Г. Коноваловой*

Издается в авторской редакции

Подписано в печать 19.12.2019 г.
Формат 60 x 90 ¹/₁₆. Бумага писчая. Печать плоская.
Усл. печ. л. 6,75. Уч.-изд. л. 5,0. Заказ № 18.
Тираж 100 экз. Цена свободная

Издательство «Ивановский государственный университет»
153025 г. Иваново, ул. Ермака, 39
(4932) 93-43-41. E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru

ООО «Принткарт»
153045 г. Иваново, м. Афанасово, ул. Новосельская, 5