

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ВЕСТНИК

**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

№ 4 (60), ДЕКАБРЬ, 2017

V E S T N I K

OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

№ 4 (60), DECEMBER, 2017

**РОСТОВ-НА-ДОНУ
2017**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 4 (60), ДЕКАБРЬ, 2017

Научно-практический журнал.
Издается с 1996 года.
Периодичность — 4 номера в год.
№ 4 (60), 2017

Журнал «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» включен в «Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» (http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list).

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия от 14.10.2005 ПИ № ФС77-22006.

Подписной индекс 94061 (на год)
в каталоге «Пресса России»
или на сайте www.arpk.org.

Международный стандартный номер
серийного издания:
ISSN 1991–0533

Адрес редакции журнала:
344002, Ростов-на-Дону,
ул. Б. Садовая, 69, к. 337.
Тел. (863) 237–02–75.
E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

© Ростовский государственный
экономический университет
(РИНХ), 2017

Главный редактор
Заслуженный деятель науки
Российской Федерации,
доктор экономических наук, профессор

Альбеков Адам Умарович

Заместитель главного редактора
доктор экономических наук, профессор
Вовченко Наталья Геннадьевна

Ответственный секретарь
доктор экономических наук, доцент
Пархоменко Татьяна Валерьевна

Рукописи представляются в редакцию в электронном виде (на диске или по электронной почте vestnik.rsue@mail.ru). Редакция в обязательном порядке осуществляет экспертную оценку (рецензирование, научное и стилистическое редактирование) всех материалов, публикуемых в журнале.

Ознакомиться с требованиями к оформлению материалов можно на сайте журнала: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Мнение редакции и членов редколлегии может не совпадать с точкой зрения авторов публикации.

Ответственность за содержание публикаций и достоверность фактов несут авторы материалов.

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIK

OF ROSTOV STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

№ 4 (60), DECEMBER, 2017

Scientifically-practical journal.
First published in 1996.
Periodical — 4 issues per year.
№ 4 (60), 2017

Journal «Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH)» is included in «List of Russian peer-reviewed scientific journals, which should be published by major scientific results of theses for degree of doctor and candidate of sciences» (http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list).

Edition is registered in Federal service of control for keeping legitimation in sphere of mass communication and defence of heritage since the 14.10.2005 PI № FS77–22006.

Index 94061 (for one year)
in catalog «The Russian Press»
or online at www.arpk.org.

International Standard Serial Number:
ISSN 1991–0533

Publishing address of the journal:
344002, Rostov-on-Don,
B. Sadovaya st., 69, room 337.
Tel. (863) 237–02–75.
E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

© Rostov State
University of Economics
(RINH), 2017

Editor-in-Chief

Honored Worker of Science
of Russian Federation,
Ph. D. in Economics, professor

Albekov Adam Umarovich

Deputy Editor-in-Chief

Ph. D. in Economics, professor

Vovchenko Natalia Gennadievna

Executive Secretary

Ph. D. in Economics, associate professor

Parkhomenko Tatiana Valerievna

Received manuscripts available in electronic form (on disk or by e-mail: vestnik.rsue@mail.ru). Editorial compulsorily provides expert assessment (peer review, scientific and stylistic editing) of all materials published in journal.

Review the requirements for materials on site of journal: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Opinion of editorial and board members do not necessarily reflect the views of the authors of the publication.

Responsibility for content of publications and reliability of facts carried by authors of materials.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ СОВЕТ И РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

- Де Ла Роберти Катерин Сарландин** — ректор, руководитель набора S2IE «Международная стратегия и экономическая безопасность», директор лаборатории SEE, профессор факультета Управления и экономики предприятия, Парижский университет Сорбонны Пантеона I, Париж, Франция.
- Ханаппи Харди** — д. э. н., профессор Экономического факультета Венского технического университета, Австрия.
- Глушек Ярослав** — кандидат наук, почетный доктор, профессор, ректор Университета имени Грегора Менделя, г. Брно (Чешская Республика)
- Таше Иллеана** — д. э. н., профессор, факультет экономических наук, Трансильванский университет, г. Брашов, Румыния.
- Рупейка-Апога Рамона** — д. э. н., профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета бизнеса, управления и экономики Университета Латвии, Латвия.
- Талассинос Элифтериос Яннис** — д. э. н., ученая степень Университета Иллинойса, профессор Экономического факультета, Университет Пирея, Президент международной ассоциации стратегического управления, редактор журнала ERSJ, IJEB & IJMTI, Греция.
- Бондаренко Виктория Андреевна** — д. э. н., доцент, заведующий кафедрой маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Гиссин Виталий Исаевич** — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой товароведения и управления качеством Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Кузнецов Николай Геннадьевич** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, первый проректор — проректор по учебной работе, заведующий кафедрой экономической теории Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Механцева Карина Феликсовна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры товароведения и управления качеством Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Морковина Светлана Сергеевна** — д. э. н., профессор, эксперт Агентства инноваций и развития экономических и социальных проектов, проректор по науке и инновациям, заведующий кафедрой менеджмента и экономики предпринимательства Воронежского государственного лесотехнического университета имени Г. Ф. Морозова, г. Воронеж.
- Ниворожкина Людмила Ивановна** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, заведующий кафедрой математической статистики, эконометрики и актуарных расчетов Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону.
- Максимцев Игорь Анатольевич** — д. э. н., профессор, академик Российской академии естественных наук, академик Международной академии наук высшей школы, почетный доктор Бухарестской экономической академии, ректор Санкт-Петербургского государственного экономического университета.
- Пономарёва Марина Анатолиевна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры экономики региона, отраслей и предприятий Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Эскиндаров Михаил Абдурахманович** — д. э. н., ректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, профессор, член-корреспондент Российской академии образования.

INTERNATIONAL PUBLISHING COUNCIL AND EDITORIAL COUNCIL

- De La Robertie Catherine Sarlandie** — Rector, Director master of S2IE International strategy and intelligence economic, Director laboratories of SEE, Professor of Universities management and Economy of enterprise Parisian Pantheon Sorbonne University I, Paris, France.
- Hanappi Hardy** — Dr., Univ. Prof., Vienna University of Technology, Economics Department, Faculty Member, Austria.
- Hlušek Jaroslav** — Prof. Ing., CSc., dr. h. c., Mendel University in Brno, Czech Republic.
- Tache Ileana** — Professor, Ph. D., Transylvania University of Brasov, Faculty of Economic Sciences, Romania.
- Rupeika-Apoga Ramona** — Professor, Dr. Chair, Department of Finance and Accounting Faculty of Business, Management and Economics University of Latvia, Latvia.
- Thalassinos Eleftherios Ioannis** — Ph. D. University of Illinois, Professor, Department of Economics, University of Piraeus, President of International Strategic Management Association (ISMA), Director of Master of Science, Department of Maritime Studies, Editor ERSJ, IJEB & IJMTEI, European Chair Jean Monnet in EMU, School of Maritime & Industry, Greece.
- Bondarenko Victoria Andreevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, head of department Marketing and advertising of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Gissin Vitaliy Isayevich** — Ph. D. in Economics, professor, head of department Merchandizing and quality management of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Kuznetsov Nikolay Gennadyevich** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, first vice-rector — vice-rector for study, head of department economic theory of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Mekhantseva Karina Feliksovna** — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of Merchandizing and Quality Management department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Morkovina Svetlana Sergeevna** — Ph. D. in Economics, professor, expert of Agency of innovations and development of economic and social projects, vice-rector of science and innovations, manager of department of management and economy of an entrepreneurship of Voronezh State Timber University named by G. F. Morozov, Voronezh.
- Nivorozhkina Lyudmila Ivanovna** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department Mathematical statistics, econometrics and actuarial calculations of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Maksimtsev Igor Anatolyevich** — Ph. D. in Economics, professor, academician of Russian Academy of Natural Sciences, academician of International academy of Sciences of higher school, honorable doctor of Bucharest Economic Academy, rector of St. Petersburg State Economic University.
- Ponomariova Marina Anatoliyevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of Economy of Region, Industries and Enterprises department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Eskindarov Mikhail Abdurakhmanovich** — Ph. D. in Economics, rector of Financial University under Government of Russian Federation, professor, corresponding member of Russian Academy of Education.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

- Батищева Галина Андреевна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры фундаментальной и прикладной математики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Боровская Марина Александровна** — д. э. н., профессор, ректор Южного федерального университета, Председатель Совета ректоров вузов Южного федерального округа.
- Брелик Агнешка** — д. э. н., экономический факультет, Западно-померанский технологический университет в Щецине, Польша.
- Буркальцева Диана Дмитриевна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и управления Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского, г. Симферополь.
- Вертакова Юлия Владимировна** — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой региональной экономики и менеджмента Юго-Западного государственного университета, г. Курск.
- Гарнов Андрей Петрович** — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой экономики и организации производства Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, г. Москва.
- Димитриади Николай Ахиллесович** — д. э. н., д. м. н., профессор, декан факультета экономики и финансов, профессор кафедры мировой экономики, политики и глобализации Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Золотарёв Владимир Семёнович** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, профессор кафедры финансового менеджмента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Усенко Людмила Николаевна** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, заведующий кафедрой анализа хозяйственной деятельности и прогнозирования Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Халын Виктор Геннадьевич** — к. э. н., член совета Ростовского областного отделения общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России».
- Шеховцов Роман Викторович** — д. э. н., доцент, заведующий кафедрой экономики региона, отраслей и предприятий Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону.
- Шимов Владимир Николаевич** — д. э. н., профессор, ректор Белорусского государственного экономического университета, г. Минск (Республика Беларусь).

EDITORIAL BOARD

- Batishcheva Galina Andreevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of fundamental and applied mathematics of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Borovskaya Marina A.** — Ph. D. in Economics, Professor, Rector of Southern Federal University, Chairman of Council of Rectors of Southern Federal District.
- Brelik Agnieszka** — Ph. D., Faculty of Economics, West Pomeranian University of Technology in Szczecin, Poland.
- Burkaltseva Diana Dmitriyevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of finance of enterprises and insurance of Institute of economy and management of Crimean federal university named by V. I. Vernadskiy, Simferopol.
- Vertakova Yulia Vladimirovna** — Ph. D. in Economics, professor of managing department of regional economy and management of Southwest State University, Kursk.
- Garnov Andrey Petrovich** — Ph. D. in Economics, professor, department chair Economy and production organization of Plekhanov Russian University of Economics, Moscow.
- Dimitriadi Nikolay Akhillesovich** — Ph. D. in Economics, doctor of medical sciences, professor, dean of faculty of Economy and finance, professor of World Economy, Policy and Globalization department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Zolotariov Vladimir Semionovich** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, professor of Financial management department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Usenko Lyudmila Nikolaevna** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department of analysis of business activities and forecasting of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Halyn Victor Gennadyevich** — Ph. D. in Economics, member of council of Rostov regional department of public organization of small and medium entrepreneurship «Support of Russia».
- Shekhovtsov Roman Viktorovich** — Ph. D. in Economics, associate professor, head of department of economy of region, industries and enterprises of Rostov State Economic University (RINH), Rostov-on-Don.
- Shimov Vladimir Nikolaevich** — Ph. D. in Economics, professor, rector of Belarusian State Economic University, Minsk (Republic of Belarus).

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 4 (60), ДЕКАБРЬ, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. Управление экономическими системами _____	12		
<i>Афанасенко И. Д.</i> Междисциплинарность и формирование экологического самосознания	12	<i>Левченко Н. И.</i> Перспективные направления развития зеленой логистики в России	51
<i>Бондаренко В. А., Иванченко О. В.</i> Роль событийного маркетинга в построении отношений с целевой аудиторией	15	<i>Проконец Т. Н., Комарова С. Н.</i> Моделирование покупательского поведения и анализ процесса принятия покупательского решения	55
<i>Борисова В. В.</i> Симбиоз цифровых и экологических технологий в логистике	21	<i>Рамазанов Р. А.-М.</i> Инновационные механизмы и технологии финансового маркетинга	60
<i>Дубовер Е. А.</i> Инвестиционные потоки как элемент комплексного экономического развития локальных территорий	25	<i>Саввиди Г. И.</i> Проблемы и перспективы развития маркетинга в России	64
<i>Евтодиева Т. Е.</i> Логистические системы товародвижения: экологические аспекты развития	32	<i>Шелепова Е. В.</i> Kidbranding как методика проектирования детских брендов	68
<i>Ерохина Т. Б., Овсянников М. В.</i> Институционально-методические основы воздействия на сознание потребителей	39	РАЗДЕЛ 2. Экономика и предпринимательство _____	73
<i>Костоглодова Е. Д., Хапилин С. А.</i> Современные проблемы таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности в России в контексте развития интеграционных процессов	43	<i>Абубакаров К. М.</i> О становлении и развитии системы корпоративного контроля в российских компаниях	73
		<i>Даудов М. Х.</i> Развитие агропромышленного комплекса и сельского хозяйства Чеченской Республики	79

<i>Иванова Е. А., Клитина Н. А.</i> Трансформация корпоративных стратегий предприятий в условиях современного развития рынка экспресс-доставки	84	РАЗДЕЛ 3. Финансово-кредитные отношения и бухгалтерский учет	129
<i>Колесников Д. Г.</i> К вопросу о динамике развития электроэнергетики в Российской Империи и Российской Советской Федеративной Республики в период с 1914 по 1932 гг.	89	<i>Батищева Г. А., Журавлёва М. И., Кузнецов М. В., Трофименко Е. А.</i> Анализ неравновесных моделей динамических экономических систем	129
<i>Овусу-Серебоур А.</i> Структура функционального управления коммерческой организацией в рамках современных моделей лидерства	96	<i>Галазова С. С.</i> Мультипликатор капитала как инструмент его регулирования в новых российских корпорациях	135
<i>Сергеева Е. Ю.</i> Исследование влияния макроэкономических факторов на эффективность деятельности кредитных организаций	106	<i>Миленков А. В.</i> Ключевой показатель качества финансовой системы субъектов Федерации	141
<i>Тяглов С. Г., Сетракова Е. В.</i> Оценка эффективности социального партнерства	113	<i>Михайленко Р. Г., Пилипенко М. Н.</i> Методические подходы к планированию аудита расходов вспомогательных производств	146
<i>Тумхаджиев И. А.</i> Основные тенденции и направления в развитии систем управления	120	<i>Пешкова Е. П., Кюрджиев С. П., Мамбетова А. А.</i> Использование интегральной оценки для определения эффективности экономического потенциала организаций	155
<i>Чекмарёва Г. И., Широких С. В.</i> Экологистический подход к подготовке контейнеров для транспортировки грузов	125	<i>Чениб Б. Р.</i> Сценарное моделирование распределения свободных средств ЕКС по финансовым инструментам Казначейства России	161
		НАШИ АВТОРЫ	168

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIK
OF ROSTOV STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)
№ 4 (60), DECEMBER, 2017

CONTENT

SECTION 1. Management of economic systems _____	12	<i>Prokopets T. N., Komarova S. N.</i> Modeling of consumer behavior and analysis of process of making purchasing decisions	55
<i>Afanasenko I. D.</i> Interdisciplinary and formation of ecological consciousness	12	<i>Ramazanov R. A.</i> Innovative mechanisms and technologies of financial marketing	60
<i>Bondarenko V. A., Ivanchenko O. V.</i> Role of event marketing in building relationships with target audience	15	<i>Savvidi G. I.</i> Problems and prospects of marketing development in Russia	64
<i>Borisova V. V.</i> Digital and environmental symbiosis technologies in logistics	21	<i>Shelepova E. V.</i> Kidbranding as methods for kid's brands designing	68
<i>Dubover E. A.</i> Investment flows as element of complex economic development of local territories	25	SECTION 2. Economics and business _____	73
<i>Evtodieva T. E.</i> Logistic of distribution system: environmental aspects of development	32	<i>Abubakarov K. M.</i> About formation and development of corporate control system in Russian companies	73
<i>Erokhina T. B., Ovsyannikov M. V.</i> Institutional-methodical bases of influence on consciousness of consumers	39	<i>Daudov M. H.</i> Development of agro-industrial complex and agriculture of Chechen Republic	79
<i>Kostoglodova E. D., Khapilin S. A.</i> Modern problems of customs regulation of foreign economic activity in Russia in context of development of integration processes	43	<i>Ivanova E. A., Klitina N. A.</i> Transformation of corporate strategies of enterprises under conditions of modern development of market of express-delivery	84
<i>Levchegov N. I.</i> Prospective directions of development of green logistics in Russia	51		

<i>Kolesnikov D. G.</i> To question about dynamics of development of power industry in Russian Empire and Russian Soviet Federal Republic in period from 1914 to 1932	89	SECTION 3. Financial-credit relations and accounting _____ 129
<i>Owusu-Serebour A.</i> Structure of functional management of commercial organization in framework of modern models of leadership	96	<i>Batichsheva G. A., Zhuravlyova M. I., Kuznetsov M. V., Trofimenko E. A.</i> Analysis of non-equilibrium dynamic economical models
<i>Sergeeva E. Yu.</i> Influence research of macroeconomic factors on efficiency of credit institutions activity	106	<i>Galazova S. S.</i> Animator of capital as instrument of its regulation in new Russian corporations
<i>Tyaglov S. G., Setrakova E. V.</i> Efficiency evaluation of social partnership	113	<i>Milenkov A. V.</i> Key indicator of quality of financial system of subjects of Federation
<i>Tumkhadzhev I. A.</i> Main trends and directions in development of management systems	120	<i>Mikhaylenko R. G., Pilipenko M. N.</i> Methodical approaches to planning of audit of expenses of auxiliary productions
<i>Chekmariova G. I., Shirokikh S. V.</i> Sustainable logistic approach in preparation of containers for transportation of goods	125	<i>Peshkova E. P., Kyurdzhiev S. P., Mambetova A. A.</i> Use of integral assessment for determination of efficiency of economic capacity of organizations
		<i>Chenib B. R.</i> Scenario modeling of STA balances distribution on financial instruments of Treasury of Russia
		OUR AUTHORS _____ 168

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

И. Д. Афанасенко

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОСТЬ И ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО САМОСОЗНАНИЯ

Аннотация

Междисциплинарность имеет объективное основание. Использование этого метода в научных исследованиях и учебном процессе продиктовано коренными изменениями реальности. В статье рассмотрены проблемы интеграции научных дисциплин и кооперации отраслей при формировании экологического самосознания.

Ключевые слова

Междисциплинарность, экологическое сознание, экологически ориентированные логистические системы.

I. D. Afanasenko

INTERDISCIPLINARY AND FORMATION OF ECOLOGICAL CONSCIOUSNESS

Annotation

Interdisciplinary has an objective basis. Use of this method in scientific research and educational process dictated by fundamental changes in reality. Article deals with problems of integration of scientific disciplines and cooperation sectors in formation of ecological consciousness.

Keywords

Interdisciplinary, ecological consciousness, environmentally oriented logistics system.

Мы живем в эпоху перемен, которая включает: новый дух времени; новую культуру и уровень цивилизации; новый образ человека и его жизни. Среди факторов развития на первое место перемещается способность человека к творческому мышлению. Научная мысль переходит пределы отдельной науки, возникают новые области знания. В процессе научного познания одновременно обнаруживаются две противоположные тенденции, которые позволяют нам ответить на вопрос: почему необходимо учитывать совокупное знание о предмете изучения?

Накопление научных знаний подчиняется определенным закономерностям. В творческом позитивном мыш-

лении разделение труда является основной преобразований.

Специализация в научном мышлении приводит к разным по результатам последствиям, что задействует разнонаправленные социальные тенденции:

1) происходит сужение поля научного поиска, что повышает результативность процесса исследования и ускоряет накопление научного опыта; достигается более точное оформление полученных знаний, их определенность и полнота. Новые научные направления организуются в отдельные науки. Специализация в научном мышлении означает, что общественный процесс накопления новых знаний осуществляется в соответствии с законом сохранения энергии;

2) специализированное знание, обособляясь, превращается в частичное знание о предмете. Раздробленное мышление индивида утрачивает способность улавливать наличие всеобщей организационной связи. Частичное знание о предмете нередко выдают за общее знание. Специализация в научном мышлении объективно порождает тенденцию к единству организационного опыта. Специализация в научном мышлении включает в действие принцип единства способа организации научного опыта в виде тенденции к совокупному, общему знанию.

Происходит осознание потребности и в обобщающих, фундаментальных науках. Пример, хозяйство — сложное и постоянно развивающееся образование, особый мир, творимый человеком. Учение о хозяйстве разрабатывает наука о хозяйстве — политическая экономия. Но в силу своей узкой специализации она не способна отразить многообразие его свойств и характеристик. Требуется комплексный подход, подключающий различные направления знаний: философское, религиозное и научное. Это не только знания, полученные экономическими науками, но и данные психологии, биофизики, лингвистики, археологии и др. Философия составляет корни и жизненную атмосферу научного знания. Философские концепции и идеи входят в науку как необходимый ее элемент. Без философии нет и науки. Этот вывод сделан признанным гением отечественной науки академиком В. И. Вернадским. Чтобы научное направление стало полноценной современной наукой, оно должно обрести свою философию.

Две тенденции в научном мышлении обусловили разные подходы в организации научного опыта: дисциплинарный и междисциплинарный.

В основании дисциплинарного подхода лежит разделение труда в научной и образовательной сферах. В понятие «научная дисциплина» заложен классификационный принцип.

Междисциплинарность — явление противоположное: происходит стирание искусственных границ между науками.

Междисциплинарность — не мода, она объективна. Это такое новое, которое определяет будущее науки. Переход на наноуровень означает интеграцию научных дисциплин и кооперацию отраслей в промышленности, конвергенцию науки и технологий.

Междисциплинарность имеет объективное основание. Использование этого метода в формировании экологического самосознания продиктовано коренными изменениями реальности.

«Экологическое самосознание вырабатывается в процессе воспитания человека. Это не приходит само по себе. Экологическое сознание означает: понимание физической зависимости человека от среды обитания; осознание единства человека с природным целым; неизбежность последствий (наказания) для человека за причиненный природе вред (закон воздаяния)» [1, с. 21].

Изучение предмета без раскрытия связей между разными науками признано непродуктивным. Научные исследования без использования знаний, полученных о данном явлении другими науками, не дают нужного результата.

Междисциплинарность позволяет: использовать знания о предмете, накопленные разными науками; выйти на внутреннюю связь различных наук; более глубоко и полно понять изучаемые проблемы; увеличить широту научного кругозора и глубину познания; обнаружить новые рубежи процесса познания, которые с прежних позиций невидимы и недоступны изучению. Междисциплинарность способствует осмыслению проблемы за рамками конкретной научной дисциплины; сочетанию разных научных или учебных дисциплин, обнаружение между ними определенных связей; реализует заимствование и перетекание подходов и методов различных дисциплин; содействует интеграции на

уровне конструирования междисциплинарных объектов, которые далее функционируют как некая антологически самостоятельная реальность».

Новое знание определяется не одним научным направлением, а системой или совокупностью наук. Осмысление проблемы за рамками конкретной научной дисциплины может стать началом формирования новых научных и учебных дисциплин: исследователь создает новый синтез, который открывает новую реальность. Возникает возможность интеграции на уровне конструирования междисциплинарных объектов, составными элементами которых являются гуманитарные, социальные, естественно-научные и другие дисциплины.

Предстоит определить роль и возможности вуза в формировании экологического самосознания. Решить такую задачу можно, лишь внося изменения в образовательную программу через: предмет; усиление роли фундаментальных учебных дисциплин; внедрение в учебные планы в качестве обязательных междисциплинарные курсы. К фундаментальным учебным дисциплинам относятся: экономическая теория, философия и история. Повышению уровня гуманитарного образования и установлению равновесия между обучением и просвещением способствуют и специальные междисциплинарные курсы.

Место и назначение междисциплинарных курсов в образовательной программе университета определяются исходя из того, что они: являются связующим звеном между гуманитарными, социальными, естественно-научными и другими дисциплинами; вырабатывают у обучающихся наиболее полное представление об изучаемом предмете; способствуют развитию сознания и чувства ответственности за практическое использование полученных знаний; восстанавливают равновесие между обучением и просвещением в воспитании самодостаточной личности.

Результаты реализации в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете первого междисциплинарного научно-образовательного проекта «Россия в изменяющемся мире» подтвердили то, что междисциплинарность возводит и воспитание через предмет на новый, отвечающий современности уровень. Использование совокупного знания о предмете поднимает уровень научного исследования на более высокую ступень. Новый метод позволяет рассматривать исследуемое явление с разных сторон, с позиции разных наук, и это делает сам объект изучения более полным, объемным и целостным.

Как вообще возникла идея междисциплинарности? Может быть, она зародилась только сейчас? Оказывается, наши предки при написании летописей широко использовали принцип синкретизма: совмещение того, что кажется несовместимым. И получалась цельная картина отражения реальности.

«Нарушение законов природы, прямой и непоправимый вред, наносимый ей хозяйственной деятельностью, происходит не только по причинам экономического характера, но и от разрыва связи человека с природой, от нравственного оскудения, забвения нравственной дисциплины».

Закономерности движения экономических потоков в экологически ориентированных логистических системах нацелены на внедрение оригинальных технологий ресурсосбережения, освоение новых моделей вовлечения вторичных материальных ресурсов в хозяйственный оборот, использование новых информационных технологий и программных продуктов. Такие системы имеют надотраслевой характер, объединяют не только функциональные области логистики, но и различные отрасли и сферы деятельности, усиливая фактор трансдисциплинарности [2, с. 14].

Библиографический список

1. *Афанасенко, И. Д.* Экологистика и общественное самосознание // Зеленая логистика: концепция минимизации нагрузки на окружающую среду и сохранения планеты для будущих поколений : материалы междунар. науч.-практ. конф. XII Южно-Российский логистический форум. — Ростов н/Д : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2016. — С. 24–28.

2. *Афанасенко, И. Д., Борисова, В. В.* Междисциплинарность в логистическом знании // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2017. — № 3 (105). — С. 12–16.

Bibliographic list

1. *Afanasenko, I. D.* Ecologistics and public consciousness // Green logistics: concept of minimization of load of environment and preserving of planet for future generations : Materials of international scientific and practical conference. XII Southern Russian logistic forum. — Rostov-on-Don : PPC of RSUE (RINH), 2016. — P. 24–28.

2. *Afanasenko, I. D., Borisova, V. V.* Interdisciplinarity in logistic knowledge // News of St. Petersburg State Economic University. — 2017. — № 3 (105). — P. 12–16.

V. A. Bondarenko, O. V. Ivanchenko

РОЛЬ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА В ПОСТРОЕНИИ ОТНОШЕНИЙ С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

Аннотация

В условиях широкого информационно-коммуникационного давления эффективность донесения информации до представителей целевой аудитории может повышаться за счет вовлечения потребителей в процесс непосредственных коммуникаций с брендом компании. Учитывая готовность членов современного социума участвовать в общении в рамках различных игровых форматов, целесообразным становится использование событийного маркетинга и организация различных событийных поводов для контактов. В данной связи интересным представляется рассмотреть пример успешных компаний, задействованных в производстве и выведении на рынок продукции и осуществляющих масштабные мероприятия в сфере событийного маркетинга, позволяющие им выстраивать взаимоотношения с целевой аудиторией.

Ключевые слова

Событийный маркетинг, классификация событий, эффективная коммуникация, коммуникации с потребителями, примеры компаний.

V. A. Bondarenko, O. V. Ivanchenko

ROLE OF EVENT MARKETING IN BUILDING RELATIONSHIPS WITH TARGET AUDIENCE

Annotation

In article the task of economic-mathematical methods use was applied and solved. In context of wide information and communications pressure the effectiveness of conveying information to representatives of target audience can be increased by involving consumers in pro-

cess of direct communication with the company's brand. Given the willingness of members of modern society to participate in communication within different gaming formats, suitable is use of event marketing and organizing various event occasions for contacts. In this regard, it is interesting to consider the example of successful companies involved in production and market introduction of products and carry out large-scale events in sphere of event marketing, allowing them to build relationships with target audience.

Keywords

Event marketing, event classification, effective communication, communication with consumers, example companies.

В современной экономике потребители постоянно сталкиваются с большим количеством информации, в том числе рекламного характера, что затрудняет эффективную коммуникацию для производителей определенных товаров и услуг, поскольку внимание клиентской аудитории рассеивается. Кроме того, члены социума устают от постоянного информационно-коммуникационного давления, и со стороны товаропроизводителей требуются дополнительные усилия по привлечению их внимания и проявлению интереса к представляемым ими торговым маркам. Личное участие в каком-либо интересующем индивида мероприятии повышает его вовлеченность и способствует укреплению интереса к продвигаемым (явно или косвенно) товарам и сервисам. Следует также учитывать, что современные потребители активно вовлекаются в игровые варианты общения и усвоения информации (явление геймификации), поскольку проводят досуг и получают необходимые им для профессионального роста сведения с привлечением игровых платформ [1, 2, 3].

Событийные мероприятия укладываются в привычный формат проведения досуга современными индивидами и способствуют развитию их интереса к торговым маркам. Соответственно, развлечения, привлекающие внимание потребителей и полезные для бизнеса, как вариант взаимодействия с целевыми аудиториями, представляют собой коммуникацию через организацию событий. События предлагают клиентам инфор-

мационные поводы, которые позволяют активно стимулировать интерес потребительской аудитории к определенным товаропроизводителям и их брендам.

Повторимся, по нашему мнению и согласно представленной в профильной литературе точке зрения, потребители, участвующие в тематически ярких событиях, получают собственные личные впечатления, которые дают компании возможность выстроить с ними эмоциональный контакт, что оказывает влияние на непосредственный клиентский выбор [6]. Получается, что событийный маркетинг в таких условиях выступает возможностью вызвать или освежить интерес к определенному бренду, расширить существующую целевую аудиторию. Для части компаний событийные мероприятия в игровой форме с вовлечением электронным платформ общения (в социальных сетях) позволяют рационализировать бюджет на продвижение, но при традиционном варианте проведения событийный маркетинг занимает существенную часть в коммуникационном бюджете, кроме того, событиям нужна поддержка посредством традиционных каналов рекламы. По этой причине к организации и проведению событий активно привлекаются партнеры, параллельно продвигающие свои товары и услуги.

Можно упомянуть, что событийные мероприятия используются в территориальном развитии, на основании их планового тематического проведения осуществляется поддержка выстраиваемых брендов территорий. События могут

также осуществляться на основе нестандартных коммуникаций, что предполагает укрепление партнерских отношений с другими участниками рынка и за счет этого рационализацию бюджета компаний на маркетинговые нужды, что

оправдано в кризисных условиях, предполагающих минимизацию затрат.

События классифицируются в зависимости от масштаба, основной аудитории, содержательной составляющей и других оснований (табл. 1) [8].

Таблица 1 — Виды событий

Вид события	Примеры события
По масштабу	Общегородские (день города, масленица, день молодежи, открытие новогодней елки и т. п.) Локальные (открытие магазина одежды, детский кулинарный мастер-класс в торгово-развлекательном центре и т. п.)
По аудитории	С широкой аудиторией. С узкой аудиторией (бал младенца, автошоу, фестиваль красок, деловые мероприятия, спортивные, определенные PR-мероприятия)
По цели	Деловые мероприятия (выставка, форум, презентация, семинар и т. п.). Корпоративные (тим-билдинги, вечеринки, тренинги и т. п.) мероприятия. Благотворительные мероприятия
По содержанию	Общественно-политические мероприятия (конгрессы, симпозиумы, конференции). Культурно-массовые (фестивали кулинарные, спортивные и т. д.) мероприятия. Спортивные мероприятия
По значимости	Международные, региональные, местные
По способу возникновения	Организованные, спонтанные
По месту проведения	В помещении, на открытой местности
По периодичности проведения	Разовые, повседневные, периодические
По возможности участия	Общедоступные, ограниченные

Традиционно, планируемыми к проведению событиям предшествуют их анонсы в различных средствах массовой информации. Далее, после реализации событий, они привлекают интерес уже к транслирующим их средствам массовой информации, поскольку выступают в качестве интересных информационных поводов [5].

Программа подготовки к событийному мероприятию включает такие этапы, как: детерминирование основной целевой аудитории для компании (и ее партнеров), выбор события (определение мероприятия, целесообразного для проведения с учетом интересов аудитории), определение ключевой цели и же-

лаемого результата от планируемого события, проработка механики события, работа с компаниями-партнерами и, далее, проведение самого мероприятия, отслеживание его эффективности и сотрудничество со средствами массовой информации для закрепления позитивного эффекта от события. Данная последовательность этапов во многом по смысловой нагрузке совпадает с предложенным в литературе «алгоритмом проведения событийного мероприятия на основе его жизненного цикла» [4].

В качестве очевидных положительных последствий от осуществляемого событийного мероприятия принято выделять [8]:

- практически мгновенный канал передачи сообщений;

- возможность получения обратной связи непосредственно во время события;

- построение эмоциональной связи аудитории с брендом;

- повышение степени вовлеченности целевой аудитории;

- возможность построения длительного воздействия на целевую аудиторию;

- возможность формирования у потребителя мнения о том, что он самостоятельно принимает решение в отношении бренда;

- возможность воплотить творческий потенциал в рамках события;

- осуществление непосредственной работы со своей целевой аудиторией без привлечения посредников;

- получение возможности длительного воздействия на сознание целевой аудитории и трансформации коммуникаций в рамках событий в новые формы.

Наиболее существенной характеристикой коммуникации с потребителями посредством событий представляется возможность персонализации контактов с потребителями, сочетающейся с широким охватом [7]. Получается, что можно расширить контакты с большим количеством потребителей и одновременно получить от них обратную связь. В связи с этим можно также привести сформулированные на основании практического опыта ряда компаний (в частности, телеканалов СТС, Домашний, Че) ключевые правила проведения событийных мероприятий [8]. К ним относят такие правила, как:

- необходимость осуществления концепции единства и ограниченности во времени и пространстве;

- комплексный брендинг событийной площадки, максимальное присутствие соответствующей символики;

- ограниченное количество привлекаемых партнеров, которые выбира-

ются по принципу сопоставимых характеристик бренда и общей целевой аудитории;

- применение способов вовлечения аудитории, принцип участия, организация взаимодействия с привлекаемыми участниками;

- осуществление непрерывной трансляции ценностей бренда в процессе осуществления мероприятия [8].

Характеризуя сложившиеся реалии, к основным тенденциям в сфере событийного маркетинга следует отнести:

- рост числа общегородских и локальных мероприятий, эффективность которых оценили локализованные в муниципальных центрах товаропроизводители;

- настроенность на активный отдых и спортивное проведение досуга, переориентация горожан на активное времяпрепровождение, в том числе в виде посещения развлекательных мероприятий;

- рост сотрудничества и числа совместных проектов в сфере событийного маркетинга на фоне осознания падения эффективности классических мероприятий;

- акцент на безбюджетном продвижении мероприятий (интеграция бартерных партнеров и средств массовой информации [8]).

Концентрируют усилия на событийном маркетинге различные компании, но те из них, кто задействован в производстве и поставках на рынок продовольствия в условиях реализации в стране импортозамещающих инициатив, в особенности заинтересованы в переориентации на свои бренды целевой аудитории. Естественным образом, они активно вовлекаются в осуществление событийных мероприятий для расширения своих рыночных позиций и привлечения потребителей. В заявляемых ими целевых установках звучит направленность на необходимость решения задачи импортозамещения, что они намереваются сделать за счет мас-

сификации поставок на рынок собственной продукции. В данной связи целесообразно привести примеры успешных кейсов компаний, реализующих масштабные событийные мероприятия. Таким можно считать День Индейки, являющийся первым всероссийским массовым семейным весенним праздником (официально зарегистрированный компанией «Евродон») [9]. Он нацелен формировать новые традиции и полезные стереотипы в питании, что способствует оздоровлению нации и налаживанию коммуникаций российского бренда «Индолина» [9]. В 2016 г. данное событие проводилось в пятый раз.

Еще одним успешным примером выступает другой проект «Евродона» — «Утолина» — «Фестиваль русской утки», который в 2016 г. охватил 19 городов, 44 торговых центра, 120 заведений HoReCa; три площади (в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге) и пять парков (Краснодар, Ростов-на-Дону) [10]. Основной проводимой идеей данного событийного мероприятия было возрождение российских традиций питания через рост гастрономической культуры в целом, закрепление результатов в импортозамещении продовольствия, а также стремление к оздоровлению нации, и построение эффективных коммуникаций, способных привлечь к взаимодействию широкие аудитории [10].

В целом итогом событийных мероприятий можно считать создание коммуникации, позволяющей реализовать новый формат взаимодействия с целевой аудиторией, создавать широкий общественный резонанс, активное использование возможностей партнеров, вовлеченных в ко-продвижение (эффект синергии продвижения). Все это способствует закреплению компании в развиваемом рыночном сегменте и развитию интереса к данным брендам, что значимо в рамках импортозамещающей стратегии применительно, в данном случае, к охлажденному мясу птицы.

Резюмируя, отметим, что коммуникация с целевой аудиторией посредством событийного маркетинга успешная, поскольку в ней совмещаются привычные членам современного социума форматы общения и проведения досуга: активная поддержка на платформах социальных сетей и активное проведение свободного времени в развлекательном варианте. В рамках общей отмечаемой загруженности сознания потребителей от количества окружающей их информации и, соответственно, «давления» информационно-коммуникационного «шума» механизм организации коммуникаций посредством событий, которые дают возможность приятно провести досуг, получить призы и далее продолжить тематическое общение с единомышленниками, например, в формате социальных сетей представляется желательным и оправданным. Можно предположить, что бизнес будет активно использовать мероприятия в рамках событийного маркетинга для управления отношениями с целевой аудиторией.

Библиографический список

1. *Бондаренко, В. А., Иванченко, О. В.* Геймификация в маркетинговой деятельности компаний // *Маркетинговые коммуникации*. — 2017. — № 3. — С. 186–193.
2. *Бондаренко, В. А., Попов, М. В.* Маркетинговые коммуникации в сфере компьютерных игр и киберспортивных мероприятий // *Маркетинговые коммуникации*. — 2017. — № 2. — С. 150–160.
3. *Бондаренко, В. А., Азизов, В. В.* Social media marketing: вопросы актуальности применения // *Концепт*. — 2014. — № S17. — С. 1–5.
4. *Козлова, О. А.* Событийный маркетинг как инструмент повышения лояльности потребителей: алгоритм на основе жизненного цикла // *Концепт*. — 2016. — № S4. — С. 16–20.

5. *Миронова, Л. А.* Спонсорство мероприятий как эффективный инструмент маркетинговых коммуникаций // *Маркетинговые коммуникации.* — 2015. — № 2. — С. 62.

6. *Толкачёв, А. Н.* Special events: секреты эффективности // *Личные продажи.* — 2010. — № 3. — С. 218.

7. *Ясная, А. А.* Событийный маркетинг: бренд во имя человека, бренд для блага человека // *Маркетинг услуг.* — 2011. — № 1. — С. 64.

8. Event как стратегия управления взаимоотношениями бренда с целевой аудиторией. Презентация директора по маркетингу телеканалов СТС, Домашний, Че в г. Ростове-на-Дону Поздняковской Ю. Э. // *Материалы II Ежегодного форума маркетинга и рекламы Юга России.* — Ростов н/Д, 2016.

9. День Индейки. Новый всероссийский праздник и бренд. Презентация группы компаний «ЕВРОДОН», торговой марки «Индолина» // *Материалы II Ежегодного форума маркетинга и рекламы Юга России.* — Ростов н/Д, 2016.

10. Фестиваль русской утки. Презентация группы компаний «ЕВРОДОН», торговой марки «Утолина» // *Материалы II Ежегодного форума маркетинга и рекламы Юга России.* — Ростов н/Д, 2016.

Bibliographic list

1. *Bondarenko, V. A., Ivanchenko, O. V.* Gamification in marketing activities of companies // *Marketing communications.* — 2017. — № 3. — P. 186–193.

2. *Bondarenko, V. A., Popov, M. V.* Marketing communications in field of

computer games and eSports events // *Marketing communications.* — 2017. — № 2. — P. 150–160.

3. *Bondarenko, V. A., Azizov, V. V.* Social media marketing: the relevance of the application // *Concept.* — 2014. — № S17. — P. 1–5.

4. *Kozlova, O. A.* Event marketing as a tool to improve customer loyalty: an algorithm based on life cycle // *Concept.* — 2016. — № S4. — P. 16–20.

5. *Mironova, L. A.* Sponsored events as an effective tool of marketing communications // *Marketing communications.* — 2015. — № 2. — P. 62.

6. *Tolkachiov, A. N.* Special events: secrets of effectiveness // *Personal sales.* — 2010. — № 3. — P. 218.

7. *Yasnaya, A. A.* Event marketing: brand in name of brand for the good of man // *Marketing services.* — 2011. — № 1. — P. 64.

8. Event as a strategy of relationship management brand with the target audience. Presentation of marketing Director of TV channels СТС, Home, Че, Rostov-on-don Pozdnyakovskiy Yu. E. // *Proceedings of II Annual forum of marketing and advertising of South of Russia.* — Rostov-on-Don, 2016.

9. Turkey Day. New national holiday and brand. Presentation of group of companies «EVRODON» brand «Indolina» // *Proceedings of II Annual forum of marketing and advertising of South of Russia.* — Rostov-on-Don, 2016.

10. Festival of Russian duck. Presentation of group of companies «EVRODON» brand «Utolina» // *Proceedings of II Annual forum of marketing and advertising of South of Russia.* — Rostov-on-Don, 2016.

V. V. Borisova

СИМБИОЗ ЦИФРОВЫХ И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛОГИСТИКЕ

Аннотация

В статье рассмотрены взаимодействия и взаимовлияния цифровых и экологических технологий в логистике; обобщен практический опыт применения цифровых технологий в логистических системах поставок. Отмечено, что цифровая трансформация логистической деятельности затрагивает целый ряд вопросов экологического характера; новые цифровые процессы порождают новые экологические вызовы и угрозы. Проводимое в статье исследование цифровых и экологических потоков в логистике связано с интеллектуализацией и модельным представлением всей совокупности бизнес-единиц, объединенных в цепочке поставок.

Ключевые слова

Цифровая логистика, экологические технологии, цифровые потоки, цепочки поставок, экологистика.

V. V. Borisova

DIGITAL AND ENVIRONMENTAL SYMBIOSIS TECHNOLOGIES IN LOGISTICS

Annotation

Article describes the interaction and mutual influence of digital and environmental technologies in logistics; generalized practical experiences with application of digital technologies in logistics supply chains. Noted that digital transformation of logistics activities involves a number of environmental issues; new digital processes pose new environmental threats and challenges. Distinction made in article digital research and environmental flows in logistics associated with intellectualization and model representation of totality of business units in supply chain.

Keywords

Digital logistics, environmental technology, digital streams, supply chain, ecologistics.

Массовое проникновение цифровых технологий, инструментов виртуальной и дополнительной реальности в различные сферы хозяйствования требует теоретического осмысления не только цифровой трансформации бизнес-процессов в логистике, но и взаимосвязи цифровой и экологической составляющих в системах поставок.

Цифровую логистику связывают с бурным развитием информационной и сервисной логистики; глобализацией логистической деятельности, которая основана на цифровых технологиях. Важным аспектом логистической деятельности

становится применение зеленых технологий. Эффективность функционирования логистических систем все чаще рассматривают в разрезе реализации экологических, ресурсосберегающих задач. Это предопределяет необходимость поиска новых интегрированных инструментов взаимосвязи цифровых и экологических технологий в логистической практике; предусматривает создание благоприятной экологической среды.

Цифровизация логистических процессов рационализирует управление глобальными цепями поставок, упрощает коммуникации, создает новые воз-

возможности для взаимодействия хозяйствующих субъектов. В то же время цифровые технологии сопровождаются дополнительными рисками, обусловленными внедрением новых синтетических технологий и появлением инвазивных синтетических организмов, способных разрушить природные экосистемы. При неоспоримой роли цифровой логистики следует учитывать и своевременно реагировать на социально-этические и экологические аспекты, связанные с формированием глобальной экосреды.

«Основу интеллектуальной цифровой логистики создают информационные потоки, обслуживающие движение материальных, финансовых и сервисных потоков в системе поставок. В литературе цифровую логистику рассматривают в разрезе информационной революции XXI в.; ее главные активы: данные, информация, знания, мудрость (data, information, knowledge, wisdom — DIKW). Практическое внедрение этих активов способно трансформировать логистическую деятельность на новый информационно-коммуникационный уровень» [1].

Системное интегрирование бизнес-процессов в логистике расширяется за счет облачных технологий, которые распределяют и обрабатывают данные, позволяют участникам логистической системы максимально гибко использовать процессорное время, оперативную память, дисковое пространство, сетевые каналы, специализированные контроллеры, программное обеспечение и др. Применение облачных сервисов открывает возможности для снижения капитальных и непрофильных затрат, связанных с преобразованием информационных потоков, увеличивает интенсивность и проходимость информационных каналов; повышает прозрачность и гибкость работы всей цепи поставок.

«Перспективным направлением развития цифровой логистики является использование методов искусственного интеллекта и нейронных сетей. Такие сети не программируются в привычном

смысле этого слова, они обучаются. Возможность обучения — одно из главных их преимуществ перед традиционными алгоритмами. Технически обучение заключается в нахождении коэффициентов связей между нейронами. В процессе обучения нейронная сеть способна выявлять сложные зависимости между входными данными и выходными, а также выполняет их обобщение. Это значит, что, в случае успешного обучения, сеть сможет вернуть верный результат на основании данных, которые отсутствовали в обучающей выборке» [7].

Прогнозируются масштабные инвестиции в управление цепями поставок на основе концепции, получившей название интернет-вещи (Internet of Things IoT). Эта цифровая технология обеспечивает наглядность логистических операций, включая новые источники создания стоимости в цепях поставок. К 2020 г. около 83 % всех соединений с Интернетом будут результатом внедрения технологии IoT.

«Эффективность логистической системы отражает уровень результативности использования ресурсных возможностей потоковых процессов и степень достижения поставленных целей. В повышении общих результатов логистической деятельности значение имеет достижение не только экономических, но и социальных, экологических, ресурсосберегающих целей» [2].

«Пока экологические инструменты в отечественной логистической практике носят фрагментарный характер, на самом высоком уровне заявлены стратегические экологические ориентиры развития страны. Происходит межорганизационная, межфункциональная координация звеньев системы поставок, реализующих логистическую, маркетинговую, операционную, товароведческую, дизайнерскую и другие функции» [3].

Согласно экспертным оценкам, мировые расходы на цифровые технологии к 2020 составят 8,9 трлн долл. по сравнению с 4,8 трлн долл. в 2012 г. Рынок виртуальной и дополнительной реальности в

2016 г. достиг уровня 5,2 млрд долл., а к 2020 г. вырастет до 162 млрд долл. Сегмент информационно-телекоммуникационного сектора российской экономики в 2016 г. превысил 1,5 трлн руб., и составил 3 % валового внутреннего продукта страны. К 2020 г. количество создаваемых во всем мире данных составит 44 зеттабайта (в 2013 г. эта цифра была 4,4 ЗБ) [4].

В России принята программа «Цифровая экономика Российской Федерации» и поставлена задача создания принципиально новой, гибкой нормативной базы для развития цифровой экономики. «Если не успеть в этой глобальной цифровой гонке, то можно нанести ущерб не только конкурентоспособности страны, но и ее национальной безопасности; чтобы наращивать кадровые, интеллектуальные, технологические преимущества в сфере цифровой экономики, необходимо действовать по направлениям, имеющим системное значение. Все решения должны приниматься с учетом обеспечения информационной безопасности государства, бизнеса и граждан. Россия намеренакратно увеличить выпуск специалистов в сфере цифровой экономики, добиться всеобщей цифровой грамотности» [5].

Технологии запуска программы «Цифровая экономика Российской Федерации» включают: облачные сервисы, роботизацию, цифровые продукты, облачные вычисления, большие данные, нейро- и квантотехнологии. Среди приоритетных направлений программы: развитие персонифицированного производства и потребления на основе новых информационных платформ и сервисов; мобилизация знаний через обмен; повышение совокупной эффективности экономической деятельности; создание цифровой инфраструктуры и внедрение сетцентричной модели управления.

Цифровые модели управления могут быть направлены в экологическое русло. Так, например, ученые работают над созданием водорослей, способных выделять «биотопливо и использовать

ДНК для кодирования тысяч гигабайт данных» [6]. В течение следующих 30 лет синтетическая биология представит инженерные организмы, которые могут обнаруживать токсины, создавать биотопливо из промышленных отходов и создавать лекарства через симбиоз с людьми. «В то же время синтетическая биология представляет собой серьезные риски, включая искусственное биологическое оружие и инвазивные синтетические организмы, которые могут разрушать природные экосистемы» [6].

Одним из вызовов современности становится проблема обеспеченности водными ресурсами. По экспертным оценкам, «к 2045 г. 3,9 млрд человек — более 40 % населения мира — могут столкнуться с проблемами доступа к водным ресурсам. Опреснение, микроорошение, рекультивация воды, сбор дождевой воды и другие технологии способны в какой-то степени решить проблему» [6].

Симбиоз цифровых и экологических технологий — основа перехода к сквозным социально-экономическим процессам в системе поставок. Государством формируются программы экологической безопасности новых цифровых рынков и товаров и инструменты защиты прав граждан. Приоритетным направлением государственной политики становится создание регуляторов цифровой среды. При этом стимулирование создания новых цифровых рынков должно базироваться на балансе регулирующих и саморегулирующих механизмов.

Подводя итог, отметим, что симбиоз цифровых и экологических технологий выходит из стадии зарождения. Предпосылки их дальнейшего совершенствования данной связки обусловлены программными положениями развития цифровой экономики в России до 2035 г. В соответствии с разработанной Стратегией цифровизации экономики цифровая интеллектуально-аналитическая информационная платформа конфигурации логистических потоков должна быть встроена в глобальное экологическое про-

странство. Актуальность приобретают вопросы государственной политики в этом направлении: создание общих IP-стандартов; распространение беспроводного подключения и повышение срока действия зарядных устройств. Оптимизация логистических потоков, вовлеченных в интегрированное цифровое пространство, будет способствовать повышению производительности труда, внедрению в лучших практик через экосистемы людей и технологий, повышению уровня безопасности и ресурсосбережения. Активизация усилий в обозначенном направлении предполагает наращивание интеллектуального потенциала страны.

Библиографический список

1. *Borisova, V. V., Gordei, K. G.* Digital technologies in warehouse logistics // Science of XXI century: problems and prospects of researches. — Warsaw, 2017. — P. 3–8.

2. *Афанасенко, И. Д., Борисова, В. В.* Междисциплинарность в логистическом знании // Известия СПбГЭУ. — 2017. — № 3 (105). — С. 12–16.

3. *Борисова, В. В.* Экологический потенциал логистики // Зеленая логистика: концепция минимизации нагрузки на окружающую среду и сохранения планеты для будущих поколений : материалы междунар. науч.-практ. конф. XII Южно-Российский логистический форум. — Ростов н/Д : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2016. — С. 39–42.

4. IDC International Data Corporation. Международная исследовательская и консалтинговая компания, 2016 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.idc.com>.

5. Выступление Путина В. В. на Санкт-Петербургском экономическом форуме, 2017 г. // Материалы Форума [Электронный ресурс]. — Режим доступа : forbes.ru/biznes-package/345341-pmef-2017...o...forume.

6. Развитие цифровой экономики в России: программа до 2035 г. [Элек-

тронный ресурс]. — Режим доступа : <http://innclub.info/wp-content/uploads/2017/05/strategy.pdf>.

7. Реализация однослойной нейронной сети — перцептрона для задачи классификации автотранспорта [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://perpetum-mobile.ru/realizatsiya-odnosloinoi-neiroseti-perceptron>.

Bibliographic list

1. *Borisova, V. V., Gordei, K. G.* Digital technologies in warehouse logistics // Science of XXI century: problems and prospects of researches. — Warsaw, 2017. — P. 3–8.

2. *Afanasenko, I. D., Borisova, V. V.* Interdisciplinary in logistics knowledge // Bulletin of SPbSUE. — 2017. — № 3 (105). — P. 12–16.

3. *Borisova, V. V.* Ecological potential of logistics // Green logistics: concept of minimizing the burden on environment and preserve the planet for future generations : Materials of international scientific-practical conference. XII South-Russian logistics forum. — Rostov-on-Don : PPC of RSUE (RINH), 2016. — P. 39–42.

4. IDC International Data Corporation. International research and consulting company, 2016 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.idc.com>.

5. Speech of Putin V. V. at St. Petersburg economic forum in 2017 // Materials of Forum [Electronic resource]. — Mode of access : forbes.ru/biznes-package/345341-pmef-2017...o...forume.

6. Digital economy development in Russia: programm to 2035 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://innclub.info/wp-content/uploads/2017/05/strategy.pdf>.

7. Implementation of single layer neural network perceptron for classification of vehicles [Electronic resource]. — Mode of access : <http://perpetum-mobile.ru/realizatsiya-odnosloinoi-neiroseti-perceptron>.

Е. А. Дубовер

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПОТОКИ КАК ЭЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЛОКАЛЬНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Аннотация

В статье автор приводит анализ встречающихся в экономической литературе подходов к расчету валового муниципального продукта (ВМП) и производит оценку экономических результатов территории на основе расчета ВМП по одному из методов. Также доказывается гипотеза о прямой зависимости экономического развития локальной территории от привлеченных внешних финансовых активов.

Ключевые слова

Валовый муниципальный продукт, муниципальный район, регион, инвестиции, дифференциация, экономическое развитие.

Е. А. Dubover

INVESTMENT FLOWS AS ELEMENT OF COMPLEX ECONOMIC DEVELOPMENT OF LOCAL TERRITORIES

Annotation

In article the author gives an analysis of approaches to calculating the gross municipal product (GMP), found in economic literature, and estimates the economic results of territory on basis of calculation of WWTP by one of methods. Also, a hypothesis is proved about direct dependence of economic development of local territory on attracted external financial assets.

Keywords

Gross municipal product, municipal region, region, investment, differentiation, economic development.

Ростовская область — субъект Российской Федерации, который входит в состав Южного федерального округа. Значительные размеры области, ее геополитическое положение, а также особенности климатической зоны, предопределили своеобразный характер и специфику развития хозяйства и использования территории [1, с. 12]. Муниципальные образования, входящие в состав Ростовской области, с точки зрения экономики крайне неравномерно развиты. Как следствие, в регионе наблюдается большая асимметрия в экономическом развитии территорий, входящих в состав региона. Это является серьезной проблемой устойчивого развития Ростовской области в целом.

Особенности муниципальной проблематики и препятствия для осуществ-

ления унифицированной муниципальной политики в регионе вытекают именно из неоднородности потенциала и, соответственно, уровня развития отдельных территорий: так, трудности, с которыми встречаются одни территории, могут быть совершенно не характерны для других [2, с. 11]. На территории Ростовской области существуют динамично развивающиеся территории (Ростов-на-Дону, Таганрог, Азовский, Аксайский районы), по-прежнему достаточно большим остается круг депрессивных территорий (Обливский, Усть-Донецкий, Советский районы), которые имеют, в сравнении со средними значениями по региону, низкие экономические показатели. По оценкам экспертов, дальнейший рост в территориях-лидерах будет замедляться в силу ограничений трудовых ресурсов и территорий за-

стройки, а устаревание инженерной и социальной инфраструктуры в депрессивных муниципальных образованиях будет усиливаться. Все это влечет за собой риск снижения уровня экономического развития области [3, с. 36]. Для реализации стратегии важно, чтобы политика реализуемая государственными органами власти была тесно связана с решением задач по оживлению депрессивных территорий, она должна максимально создавать условия корреляции интересов потребностей населения с потребностями бизнеса и иметь механизм определения и контроля этой корреляции. Вместе с тем нельзя забывать о территориях лидерах, уровень развития которых должен оставаться как минимум на прежнем уровне, это также требует определенных действий.

Предварительная оценка степени территориального неравенства была проведена с помощью размаха асимметрии, рассчитываемого как отношение наибольшего значения статистического показателя к наименьшему среди рассматриваемых муниципальных районов, входящих в состав Ростовской области, по данным Государственной службы статистики (табл. 1) [4]. Основой исследования послужили данные муниципальных районов Ростовской области. Городские округа области не рассматривались, так как большинство из них входят в агломерацию Ростова-на-Дону и находятся в выигрышной позиции, а их статистические данные существенно превышают показатели районов и при расчете дают большой разброс [5].

Таблица 1 — Дифференциация муниципальных районов Ростовской области по экономическим показателям в период с 2013 по 2016 гг.*

Наименование показателя	Отношение максимального значения к минимальному, раз			
	2013	2014	2015	2016
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности по полному кругу организаций (оценочные данные)	11 603,8	10 124,4	12 078,0	11 704,7
Продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий	12,0	10,6	10,9	10,3
Продукция растениеводства в хозяйствах всех категорий	26,5	15,5	23,0	13,1
Продукция животноводства в хозяйствах всех категорий	20,1	14,4	19,4	27,7
Оборот розничной торговли по всем каналам реализации	258,6	260,8	243,3	255,6
Оборот общественного питания по всем каналам реализации	519,5	662,2	727,6	827,5
Продажа товаров на розничных рынках и ярмарках	292,9	171,3	163,2	182,7
Объем платных услуг населению по всем каналам реализации	71,4	75,6	77,07	78,2
Доходы местного бюджета (включая безвозмездные поступления и доходы от предпринимательской и иной приносящей доход деятельности)	10,7	13,2	12,05	9,5
Инвестиции в основной капитал по полному кругу организаций	139,9	358,3	266,2	310,1
Объем бытовых услуг населению по всем каналам реализации	99,3	106,7	111,2	118,8

* Составлена по данным источника [4].

По данным таблицы 1 можно увидеть, что существует большая дифференциация по всем представленным показателям. Так, по показателю «Отгру-

жено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности по полному кругу

организаций» значения разнятся более чем в 11 000 раз; по показателю «Оборот общественного питания по всем каналам реализации» — более чем в 800 раз, а по показателю «Инвестиции в основной капитал по полному кругу организаций» — более чем в 300 раз.

В настоящее время на всех уровнях власти, а особенно на региональном, все более возрастает необходимость в регулировании межтерриториальных пропорций. Смягчение внутрирегиональных контрастов и устойчивое развитие, подтягивание отсталых и депрессивных территорий до среднего уровня становится важной задачей. Для решения этой задачи необходим постоянный мониторинг показателей, характеризующих уровень развития экономики муниципальных образований. Однако сейчас, на уровне муниципального образования, не существует стандартизированного статистического показателя, дающего объективную обобщающую оценку экономической деятельности локальной территории [6, с. 49].

При анализе экономического развития муниципальных образований обычно используются такие абсолютные показатели, как оборот розничной торговли, объем оказанных платных услуг населению, объем промышленного производства, инвестиции в основной капитал, фонд заработной платы, доходы и расходы муниципальных бюджетов и др. Все они важны и необходимы для целей экономического анализа, однако каждый из них характеризует только определенный сектор экономики (производственный, финансовый или потребительский), т. е. отсутствует принцип комплексности. Восполнить данный пробел может обобщающий показатель, характеризующий конечный результат экономической деятельности хозяйствующих субъектов муниципальных образований [7, с. 50].

Ряд ученых в качестве обобщающего показателя предлагают валовый

муниципальный продукт (ВМП). Впервые необходимость использования показателя ВМП в качестве критерия оценки хозяйственной деятельности муниципального образования было обосновано в 2003 г. академиком В. Макаровым и М. Глазыриным [8, с. 49].

Е. С. Микула и Т. А. Коркина [8] под ВМП понимают показатель, который «является результирующим и отражает эффективность экономики муниципального образования и результаты социально-экономического развития муниципалитета». В. Л. Пуляевская [9] считает, что ВМП «является агрегированным показателем, который обобщает состояние экономики муниципальных районов».

Существует много определений ВМП, но в данном исследовании под ВМП будем понимать совокупный объем вновь созданной стоимости, произведенной предприятиями всех форм собственности в рамках всех видов экономической деятельности, осуществляемой на территории муниципального образования [10, с. 134].

Расчет ВМП представляется достаточно сложной процедурой, и на сегодняшний день не существует общепринятой международной методики расчета данного показателя. Лишь в странах Евросоюза в соответствии с методикой ESA-95 рассчитываются некоторые макроэкономические агрегаты для относительно малых территориальных единиц или муниципальных образований [7, с. 26].

Обзор печатных материалов по указанной проблематике показал, что существуют определенные методические подходы к расчету муниципального продукта. В экономической литературе представлены следующие подходы к расчету ВМП.

А. Г. Мнацаканян и А. Н. Кохан [11] в своих работах ВМП определяют как индикатор дифференциации развития муниципальных образований, который равен разности между валовым вы-

пуском товаров и услуг всех отраслей муниципального образования и промежуточным потреблением, то есть валовой добавленной стоимостью.

Ученые А. А. Лопатин, А. М. Набиев, В. С. Силинцев [12] в своей статье рассчитывают ВМП с помощью метода факторной оценки.

$$\text{ВМП} = \text{ОТ} + \text{ОРТ} + \text{ОБП} + \text{ОПУ} + \text{ОБУ} + \text{ПСП}, \quad (1)$$

где ОТ — отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами муниципального образования;

ОРТ — оборот розничной торговли;

ОБП — оборот общественного питания;

ОПУ — объем платных услуг населению;

ОБУ — объем бытовых услуг населению;

ПСП — производство сельскохозяйственных организаций [13, с. 50].

Анализ литературных источников показывает, что большинство авторов привязывают зависимость развития экономики от объема привлеченных в нее финансовых ресурсов в виде инвестиций. Поэтому на первом этапе проанализируем однофакторную модель, в которой факторным признаком будет являться показатель «Инвестиции в основной капитал», а результативным каждый из необходимых показателей, используемых при (вышеупомянутом) расчете ВМП результирующим методом.

Расчет однофакторной модели показал, что в основном существует умеренная корреляционная зависимость между исследуемыми экономическими показателями и показателем «Инвестиции в основной капитал по организациям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства». Результаты расчета ВМП по 43 муниципальным районам Ростовской области результирующим методом приведены в таблице 2. Таким образом, уровни корреляции по однофакторным моделям доказывают, что выбор статистических показателей является обоснованным.

Коллектив авторов [6] рассчитывают ВМП распределительным методом.

Г. Я. Белякова и А. И. Фролова [13] считают, что расчет ВМП следует осуществлять результирующим методом. Расчет ВМП производился по данным государственной статистики по следующей методике:

Расчеты произведенные, в работе показали, что весомый вклад (51,13 %) в формирование общего объема ВМП внесли 8 из 43 районов Ростовской области. Среди них следующие муниципальные районы: Красносулинский (удельный вес которого в суммарном ВМП составил 13,21 %), Аксайский (10,90 %), Миллеровский (5,46 %), Азовский (4,82 %), Белокалитвенский (4,66 %), Сальский (4,64 %), Октябрьский (4,25 %), Зерноградский (3,20 %). При этом в таблице 2 можно увидеть, что в 2015 г. в Красносулинском районе ВМП составил 87 570 508,9 руб., что в 54 раза больше, чем в Советском районе. На следующем этапе анализа была выявлена сильная корреляционная связь (0,92) между полученными данными ВМП и показателем «Инвестиции в основной капитал по организациям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства». Вместе с тем регрессионный анализ иллюстрирует зависимость в пределах значения показателя ВМП до 13 610 515 руб. Свыше данного значения линейная зависимость неустойчива (рис. 1).

Таблица 2 — Расчет валового муниципального продукта муниципальных районов Ростовской области по данным 2015 г.*

Муниципальные районы РО	ОТ	ОРТ	ОБП	ОПУ	ОБУ	ПСП	ВМП
Азовский	7292622	7608800	352700	1334200	470263,9	14893600	31952185,9
Аксайский	14408613	48620800	1309700	3167700	753567,3	3996800	72257180,3
Багаевский	640078	2199100	57800	375100	111282,1	4874100	8257460,1
Белокалитвинский	15010420	8612800	578100	2466600	349936,6	3846500	30864356,6
Боковский район	168955	909800	27400	152500	39894	2095800	3394349
Верхнедонской	121860	976500	22100	192600	44205,3	2574600	3931865,3
Веселовский	1021152	1990400	54200	250700	49605	5974600	9340657
Волгодонской	269825	1888300	38300	272400	75398,4	7585000	10129223,4
Дубовский	63947	1164300	16800	233900	41676,9	3557700	5078323,9
Егорлыкский	1254198	3447400	158800	754100	158443,9	5950600	11723541,9
Заветинский	182076	1121500	17100	160800	21706,5	3136800	4639982,5
Зерноградский	883328	7865600	277700	1259000	134215,5	10771700	21191543,5
Зимовниковский	489222	2899900	59100	343400	65092,2	7440800	11297514,2
Кагальницкий	5794741	3024400	52100	358600	83272,8	8864500	18177613,8
Каменский	2950856	4127300	109900	400400	69073,2	4857300	12514829,2
Кашарский	81848	1374400	18200	200800	33394,2	4547500	6256142,2
Константиновский	236782	2261200	38700	456900	68730,2	3784500	6846812,2
Красносулинский	72093924	9203500	235700	1601900	219384,9	4216100	87570508,9
Куйбышевский	45428	603700	17700	124000	30018,6	3233100	4053946,6
Мартыновский	180729	2396100	32800	373200	85476,7	4795400	7863705,7
Матвеево-Курганский	900461	2893900	206800	568300	122677,9	7453500	12145638,9
Милютинский	46624	848600	17100	141100	25112,6	4034000	5112536,6
Морозовский	11018383	3842400	146800	633100	104143,7	4253700	19998526,7
Мясниковский	5863930	5176500	412200	989400	253337,2	3854900	16550267,2
Неклиновский	1127974	5316700	55000	1352700	276776,2	10660500	18789650,2
Обливский	113684	1003000	28000	212100	33338,3	2019100	3409222,3
Октябрьский	10454449	5526600	106100	872000	157391,6	11047300	28163840,6
Орловский	773694	5390700	107100	860900	93221	6384900	13610515
Песчанокопский	1574103	2116200	62600	358500	88766,9	5938500	10138669,9
Пролетарский	2635003	3217400	62800	475100	98287,3	5738900	12227490,3
Ремонтненский	74404	1196600	7000	172500	27507,3	4215000	5693011,3
Родионово-Несветайский	259866	1364600	24400	223800	65542,1	3988200	5926408,1
Сальский	5583408	11887000	525400	2838700	558471,9	9330700	30723679,9
Семикаракорский	3387019	4158800	85000	1079000	171950	9803600	18685369
Советский	5969	199800	1800	41100	6777,1	1364400	1619846,1
Тарасовский	1276266	2102900	35100	300700	58637,7	3639100	7412703,7
Тацинский	2421999	2469500	106200	434500	64282,5	4137400	9633881,5
Усть-Донецкий	344543	1832600	61800	405600	51456,4	2148500	4844499,4
Целинский	1088439	2544900	67900	400500	114498,4	7831900	12048137,4
Цимлянский	2983762	2571900	94800	498500	96045,6	2865600	9110607,6
Чертковский	334017	3216000	50300	370600	60872,3	3178200	7209989,3
Шолоховский	190458	2569500	84200	716000	85485,9	2581300	6226943,9

* Составлена по данным источника [4].

ОТ — отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности по полному кругу организаций (тыс. руб.); ОРТ — оборот розничной торговли по всем каналам реализации (тыс. руб.); ОБП — оборот общественного питания по всем каналам реализации (тыс. руб.); ОПУ — объем платных услуг населению по всем каналам реализации (тыс. руб.); ОБУ — объем бытовых услуг населению по всем каналам реализации (тыс. руб.); ПСП — продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (тыс. руб.).

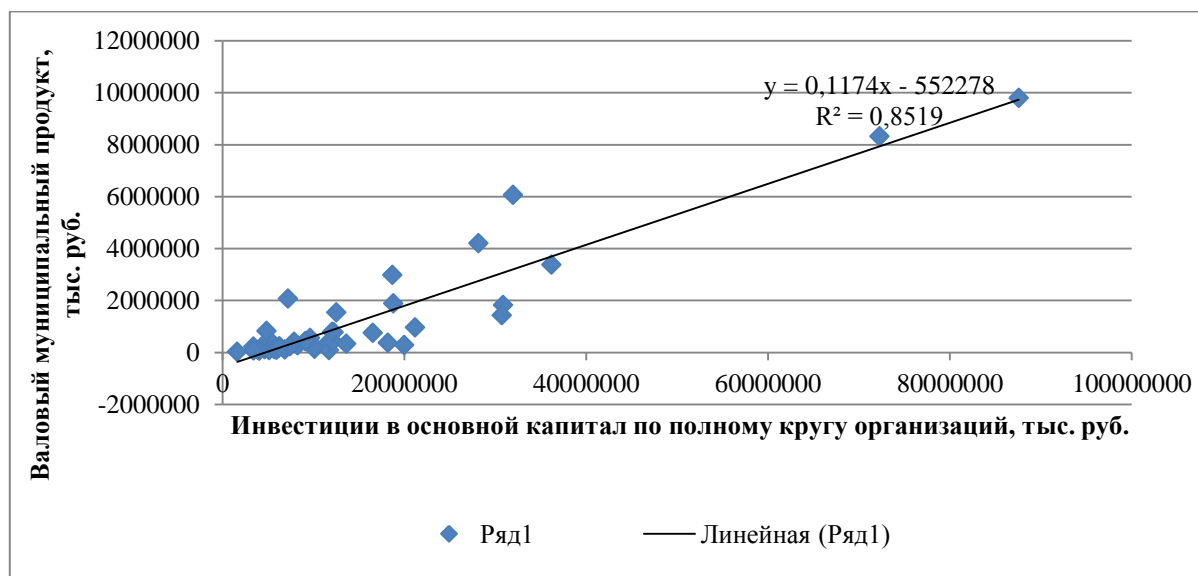


Рисунок 1 — Зависимость ВМП и показателем «Инвестиции в основной капитал по организациям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства»*

* Составлен по данным источника [2].

Все это свидетельствует о том, что именно инвестиционные потоки позволяют повысить уровень развития депрессивных территорий региона до среднерегиональных показателей.

Успешный опыт по привлечению инвестиций ряда зарубежных стран свидетельствует о приоритетности рассмотрения данного вопроса в условиях региона и даже отдельного муниципалитета, поскольку именно в них сосредоточен основной ресурсный потенциал. Для решения этой проблемы, очень важно, чтоб в каждом муниципалитете велась работа по созданию благоприятных условий для привлечения инвестиций в территорию. При выборе территории инвестирования финансовых средств инвестору важно наличие ресурсов, которые обеспечат наибольшую эффективность вложения, а именно благоприятные природно-климатические условия, ресурсный потенциал, развитая транспортная инфраструктура, прогрессивное инвестиционное законодательство, человеческий потенциал и др.

В регион поступает большой объем инвестиций, но он распределяется

очень неравномерно по территории, и это ведет к упадку экономики отдельных муниципалитетов и, как следствие отток из таких территорий населения, хотя зачастую потенциал для развития этих территорий очень высок. В связи с этим возникает необходимость в механизме управления региональными инвестиционными потоками, основанном на согласованности целей развития различного уровня управления и системности инвестиционной политики. Власти пытаются использовать механизм государственно-частного партнерства, но он не работает в должной степени. Так как не отработана нормативно-правовая база, такая схема взаимодействия является непрозрачной и подразумевает большие риски для инвесторов. Практическим решением данной задачи может выступить инструмент, который позволит властям форсировать распределение инвестиций, по муниципалитетам, исходя из целей их развития. Это даст возможность, с учетом совокупного потенциала территории, равномерно распределить инвестиции по всему региону.

Библиографический список

1. Акперов, И. Г., Брюханова, Н. В. Устойчивое развитие региона в условиях локальной асимметрии социально-экономических процессов // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. — 2014. — № 4. — С. 8–17.

2. Урожаева, Ю. В., Иванов, Д. С. Проблемы классификации регионов: международный и российский опыт // Российские регионы: экономический кризис и проблемы модернизации / под ред. Л. М. Григорьевы, Н. В. Зубаревич, Г. Р. Хасаева. — М. : ТЕИС, 2011.

3. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Ростовской области на период до 2020 г. : [Постановление Законодательного Собрания Ростовской области № 2067 от 30.10.2007].

4. Сравнительные показатели социально-экономического положения городских округов и муниципальных районов Ростовской области : стат. сб. — Ростов н/Д, 2016.

5. Исаева, Е. А., Брюханова, Н. В. Сглаживание диспропорций развития муниципальных образований посредством повышения их инвестиционной привлекательности [Электронный ресурс] // Фундаментальные исследования. — 2016. — № 4–3. — С. 589–594. — Режим доступа : <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40221> (дата обращения: 28.11.2017).

6. Колечков, Д. В., Гаджиев, Ю. А., Тимашев, С. А., Макарова, М. Н. Валовой муниципальный продукт: методы расчета и применение // Экономика региона. — 2012. — № 4 (32). — С. 49–59.

7. Колечков, Д. В. Валовой муниципальный продукт: методология, анализ, управление. — Сыктывкар, 2014.

8. Микула, Е. С., Коркина, Т. А. Оценка состояния муниципального образования «Челябинский городской округ» // Управление в современных системах. — 2013. — № 1. — С. 44–52.

9. Пуляевская, В. Л. Оценка муниципальных образований Республики Саха (Якутия) // Вестник НГУЭУ. — 2014. — № 1. — С. 185–189.

10. Колечков, Д. В. Валовой муниципальный продукт в управлении экономикой (на примере Республики Коми) // Проблемы прогнозирования. — 2014. — № 5 (146). — С. 132–139.

11. Мнацаканян, А. Г., Кохан, А. Н. Валовой муниципальный продукт как индикатор социально-экономического развития муниципальных образований // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — 2011. — № 46. — С. 2–6.

12. Лопатин, А. А., Набиев, А. М., Силинцев, В. С. Совершенствование системы показателей долгосрочного прогноза социально-экономического развития региона // Экономика. Финансы. Рынок. — 2005. — № 1.

13. Белякова, Г. Я., Фролова, А. И. Совершенствование методики расчета обобщающего показателя благосостояния муниципальных образований // Региональная экономика: теория и практика. — 2011. — № 33. — С. 42–48.

Bibliographic list

1. Akperov, I. G., Bryukhanova, N. V. Sustainable development of the region in conditions of local asymmetry of socio-economic processes // Scientific notes of Institute of management, business and right. — 2014. — № 4. — P. 8–17.

2. Urozhayeva, Yu. V., Ivanov, D. S. Problems of classification of regions: international and Russian experience // Russian regions: economic crisis and problems of modernization / ed. by L. M. Grigorieva, N. V. Zubarevich, G. R. Khasaeva. — M. : TEIS, 2011.

3. About adoption of Strategy of socio-economic development of Rostov region until 2020 : [Resolution of Legislative Assembly of Rostov region № 2067 from 10.30.2007].

4. Comparative indicators of socio-economic situation of urban districts and

municipal districts of Rostov region : stat. compilation. — Rostov-on-Don, 2016.

5. *Isaeva, E. A., Bryukhanova, N. V.* Smoothing of disproportions of development of municipal units by means of increase in their investment attractiveness [Electronic resource] // *Fundamental researches*. — 2016. — № 4–3. — P. 589–594. — Mode of access : <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40221> (date of access: 28.11.2017).

6. *Kolechkov, D. V., Gadzhiev, Yu. A., Timashev, S. A., Makarova, M. N.* Gross municipal product: calculation methods and application // *Economy of region*. — 2012. — № 4 (32). — P. 49–59.

7. *Kolechkov, D. V.* Gross municipal product: methodology, analysis, management. — Syktyvkar, 2014.

8. *Mikula, E. S., Korkina, T. A.* Evaluation of state of municipal formation «Chelyabinsk city district» // *Management in modern systems*. — 2013. — № 1. — P. 44–52.

9. *Pulyaevskaya, V. L.* Estimation of municipal formations of Sakha Republic (Yakutia) // *Bulletin of National University of Economics*. — 2014. — № 1. — P. 185–189.

10. *Kolechkov, D. V.* Gross municipal product in management of economy (on example of Komi Republic) // *Problems of forecasting*. — 2014. — № 5 (146). — P. 132–139.

11. *Mnatsakanyan, A. G., Kokhan, A. N.* Gross municipal product as an indicator of socio-economic development of municipalities // *Financial analytics: problems and solutions*. — 2011. — № 46. — P. 2–6.

12. *Lopatin, A. A., Nabiev, A. M., Silintsev, V. S.* Perfection of system of indicators of long-term forecast of social and economic development of region // *Economy. Finance. Market*. — 2005. — № 1.

13. *Belyakova, G. Ya., Frolova, A. I.* Perfection of methodology for calculating the general welfare indicator of municipalities // *Regional economy: theory and practice*. — 2011. — № 33. — P. 42–48.

Т. Е. Евмодиева

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация

В статье определена объективная необходимость экологизации деятельности логистических систем товародвижения. Исследуются концептуальные и практические аспекты применения экологических технологий структурными элементами системы товародвижения в целях повышения эффективности функционирования в условиях нестабильности рыночной среды. Выявлены составляющие развития логистических систем товародвижения. Рассматриваются применяемые экологические технологий в зависимости от направленности воздействия на окружающую среду.

Ключевые слова

Логистика, товародвижение, логистические системы товародвижения, экология, окружающая среда, экологические технологии.

LOGISTIC OF DISTRIBUTION SYSTEM: ENVIRONMENTAL ASPECTS OF DEVELOPMENT

Annotation

Article defines the objective necessity of ecologization of activity of logistics systems and supply chain management. Explores the conceptual and practical aspects of environmental technology structural elements of distribution system in order to enhance the functioning in conditions of instability of market environment. Identified components for development of logistics systems and supply chain management. Deals with applied environmental technologies, depending on direction of impact on environment.

Keywords

Logistics, merchandising, logistic distribution system, ecology, environment, environmental technology.

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена тем, что значительные изменения в экономике вызвали необходимость переосмысления подходов к организации логистической деятельности. Гиперактивное развитие бизнеса и генезис логистической деятельности делают приоритетным ориентацию на достижение максимального соотношения между выгодами компании и затратами на организацию логистики посредством учета не только особенностей экономической среды, но и прочих составляющих деятельности, в том числе и экологической.

Давление на логистику, связанное с проблемами окружающей среды, исходит как из внешнего, так и из внутреннего окружения. Внешнее окружение проявляется в требованиях государственных структур, финансовых институтов, общественных организаций на всех уровнях рыночной иерархии: глобальной, международной, национальной и местной, предлагающих множество правил, нормативов, инструкций, законов, регулирующих систему взаимоотношений в координатах «предпринимательская структура – общество – экология». Внутреннее окружение (штатные организационные структуры) оказывает непосредственное влияние путем разработки стратегических инициатив до-

стижения конкурентного преимущества и повышения эффективности не только посредством снижения затрат, но и уменьшении биофизического влияния (загрязнения почвы, воды и воздуха). В связи с этим субъекты бизнеса, развивая логистические активности, акцентируют внимание на корректном поведении по отношению к окружающей среде посредством применения ресурсосберегающих технологий и экологической оценки воздействия процессов переработки ресурсов на окружающую среду. Это объясняется и тем фактом, что логистика отвечает за перемещение материальных потоков по рыночной цепи посредством совершения операций по транспортировке, складированию, консолидации грузов и тем самым имеет тесные контакты с окружающей средой [8].

Цель статьи заключается в развитии теоретических аспектов трансформации логистических систем товародвижения посредством экологизации их деятельности, что позволит определить научно-методические подходы к повышению эффективности и дееспособности.

В процессе исследования были использованы следующие методы: теоретические (метод абстрагирования, анализ и синтез, конкретизация, обобщения, понятийно-терминологический и контент-анализ); эмпирические (метод сравне-

ния); экспериментальные (системный и комплексный анализ, ситуационный анализ); метод визуализации результатов с помощью табличных форм.

В настоящее время отрицательное воздействие логистических усилий проявляется в том, что:

- возведение логистических объектов инфраструктуры сопряжено с массовой вырубкой лесонасаждений, повреждением почвенного слоя, нарушением экосистем грунтовых вод;

- применение устаревших методов организации производственных процессов способствуют ухудшению состояния воздуха, воды, почвы и загрязнению вредными выбросами;

- использование транспортных средств не соответствующих современным требованиям оказывают шумовые и вибрационные воздействия и т. д.

Следовательно, снижение экологического давления на окружающую среду возможно только посредством экологизации всех ее функциональных областей, включая и систему товародвижения, способную обеспечить выход компании на рынок, наиболее эффективно отвечающей требованиям товаров и предпочтениям потребителей.

Структурно логистическая система товародвижения включает совокупность рыночных субъектов, обеспечивающих перемещение товаров по рыночной цепочке с заданными параметрами и имеющих разные функциональные возможности и характеристики, вступающие в определенную систему отношений посредством коммуникаций и обеспечивающие направленное движение потоковых процессов. Функционально ее миссия заключается в управлении заказами, управлении закупками; включает физическое распределение, управление запасами, транспортировку, складирование, грузопереработку и упаковку, а также управление качеством. В связи с этим становится очевидным, что субъектный состав, реализующий логисти-

ческие функции в системе товародвижения, интегрирует предприятия как сферы производства, формирующие логистические потоки, так и сферы обращения, иницирующие или преобразовывающие потоки в процессе выполнения операций их передислокации от мест производства к местам потребления.

Следует отметить, что логистическая система товародвижения включает совокупность видов деятельности, связанных с эффективным управлением движения потоков продукции, как в направлении рынка потребителей, так и в обратном направлении. В связи с этим фокус товародвижения должен быть направлен на экологизацию погрузочно-разгрузочных работ, процессов упаковки, транспортировки и складирования продукции, утилизацию отходов, с последующим их доведением до утилизации или до безопасного хранения в окружающей среде, а также сбор и сортировку отходов потребления, их транспортировку, утилизацию или безопасное хранение в окружающей среде [7]. Однако это сопряжено с ростом затрат, которые обусловлены: во-первых, необходимостью формирования инфраструктуры, занимающейся возвратом отходов; во-вторых, транспортными затратами на перемещение возвратных отходов с рынка сбыта на рынок закупок; в-третьих, ростом затрат на тару и упаковку продукции; в-четвертых, с разработкой инновационных ресурсосберегающих (зеленых) технологий.

Становится очевидным, что разработка и формирование экологически ориентированной логистической системы товародвижения, отвечающей реалиям современного рынка, требует ясного понимания позиций и приоритетов в деятельности структурных элементов этой системы, в связи с тем что изменение поведения отдельного элемента может оказать отрицательное воздействие на устойчивость системы в целом [9].

Опыт зарубежных стран позволяет констатировать, что применение ресурсосберегающих технологий в логистике позволяет сократить запасы материалов на 40–60 %, ускорить оборачиваемость оборотных средств на 20–40 %, сократить транспортные расходы на 7–20 %, снизить расходы на погрузочно-разгрузочные и складские работы на 15–30 % [3].

Что касается затратных параметров, то, по оценкам немецких специалистов, транспортные расходы увеличиваются как минимум в 1,5–2 раза. По оценке голландских специалистов, применение контейнеров в процессе транспортировки бакалейной продукции по сравнению с одноразовой тарой ведет к удорожанию упаковки на 50–80 %, а отрицательная динамика роста цен составит 2 % на сухую продукцию и 5 % для овощной продукции и фруктов [10]. Но, несмотря на значительный рост затрат, во многих странах правовые нормы заставляют участников логистической системы товародвижения нести возросшую ответственность за товар как в процессе продажи, так и в процессе оказания послепродажной сервисной поддержки [5]. В Европейских странах уже с середины 90-х гг. прошлого столетия именно поставщик или потребитель несет ответственность за возврат и ликвидацию упаковки, отходов и излишне произведенного продукта, а также за причиненный ущерб окружающей среде. Лидером является Германия, где на законодательном уровне (закон Топфера) потребители обязаны возвращать всю упаковку розничному торговцу, розничный торговец — складу, а склад — производителю.

С учетом того что некоторые материалы, используемые для упаковки, не поддаются переработке, многие фирмы и компании прибегают к политике конструктивизма, в соответствии с которой должна заранее оговариваться способность продукта или упаковки к утилизации или конкретизироваться доля товара,

которую можно извлечь из перерабатываемого материала. Например, в течение ближайших десятилетий европейским странам необходимо добиться 90 %-ной утилизации использованной упаковки по весу и 60 %-ной утилизации входящих в ее состав сырьевых материалов. Следовательно, можно констатировать, что генезис логистических систем товародвижения базируется на синтезе экономической, социальной и экологической составляющей деятельности. Экономическая составляющая обеспечивает достижение количественных экономических показателей функционирования рыночных субъектов посредством оптимизации логистических издержек. Социальная составляющая формирует условия безопасного производства, распределения и использования производимой продукции. Экологическая составляющая способствует оздоровлению и улучшению экологического климата и уменьшению антропогенного воздействия логистической деятельности в экологические процессы.

Интеграционной основой, обеспечивающей консолидационное единство взаимодействия отмеченных составляющих в логистической системе товародвижения, являются ресурсосберегающие технологии, направленные на экономию все видов ресурсов при условии сохранения высокого качества продукции и позволяющие уменьшить антропогенное влияние на окружающую среду, что способствует повышению репутационных активов компании и эффективности потребления и распределения всех видов ресурсов. По мнению экспертов, в ближайшем будущем использование указанных технологий в логистике станет такой же необходимостью, как внедрение системы менеджмента качества» [4, с. 36].

Экотехнологии, ориентированные на ресурсосбережение применительно к логистическим системам товародвижения, могут быть реализованы посредством следующих мероприятий:

– проектирования складских и иных зданий, базирующихся на технологии энергосбережения, и возведение их из чистых, с экологической точки зрения, строительных материалов;

– минимизация затрат тепловой энергии при обеспечении качественной сохранности и погрузке-разгрузке товаров;

– применение многооборотной тары и упаковки;

– повышение грузоподъемности транспортных средств;

– обеспечение утилизационных процессов в виде обратных цепей поставок (сбор и сортировка отходов, их доставка на распределительные склады, доставка готовой продукции, полученной из отходов, в торговую сеть и т. п.) [6, с. 116].

С целью уменьшения антропогенного влияния на экологию целесообразно опираться на такие продуктивные базисные технологии как снижение расстояния при перевозке грузов на всех этапах перемещения по цепи товародвижения; рост потребления локальных ресурсов (сокращение расходов на топливо и вредных выбросов в атмосферу); актив-

ное использование современных экологически дружественных энергосберегающих транспортных средств [6, с. 116].

Экологические технологии применяются всеми системными элементами товародвижения. В частности, в сегменте продовольственной розничной торговли на потребление электроэнергии при использовании торгового оборудования (холодильного, морозильного) приходится в среднем 40–60 %. Очевидно, что экономия затрат на электроэнергию позволит значительно улучшать экономические показатели деятельности. Этим объясняет повышенный спрос на энергосберегающее торговое оборудование со стороны как международных (METRO (Германия), AGM (Австрия), Albert Heijn, Garant (Нидерланды), ICA (Швеция), так и национальных (X5 Retail Group, ПАО «Магнит») представителей ритейла, делающих ставки на ресурсосбережение.

Основными источниками энергосбережения в торговле только в сфере энергопотребления могут быть следующие (табл. 1).

Таблица 1 — Технологии сбережения электроэнергии в розничной торговле в сфере торгового оборудования*

Технология	Потенциальная экономия электроэнергии, %
Ночные шторы на витрины	до 10
Люминесцентная подсветка	до 22–64,5
Светодиодная подсветка	до 75
Стекломодули	до 40

* Составлена на основе данных [11].

Относительно предприятий производственной сферы направленность развития экотехнологий проявляется в модернизации тары и упаковки; перестройке технологии производства продукции с целью минимизации отходов и повышению их пригодности к операциям рециклинга; применении зеленых технологий строительства промышленных зданий и сооружений; переходе на биотопливо и гибридные автомобили в процессе орга-

низации доставки материальных потоков. Все это четко прописывается и определяется в природоохранных программах и корпоративных стандартах экологического менеджмента (ПАО «Газпром», ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Рус Гидро», ПАО «Мечел» и др.)

Экологические аспекты развития логистических систем товародвижения при выполнении отдельной логистической функции ее участниками — это ав-

томатизация и роботизация отдельных операций и процессов, имеющих в качестве основной цели сокращение временных потерь и управление в режиме реального времени (EDI-коммуникации, применение дронов, «облачных» технологий, технологий IoT, автоматизированная система загрузки/выгрузки, сенсорная логистика и т. д.), что положительным образом сказывается на устойчивости и эффективности бизнеса.

Следует отметить, что реализация логистических функций с учетом экоориентированности базируется на четкой нормативно-правовой регламентации их осуществления, внедрения внутрикорпоративных экологических стандартов каждым участником логистической системы товародвижения, формированию системы показателей экологической эффективности, проведению независимого экологического аудита деятельности.

Актуальной тенденцией последнего времени становится разработка непреложных стандартов деятельности поставщиков, затрагивающие и экологические аспекты деятельности. Например, многие представители ритейла взяли за основу кодекс, впервые принятый в Великобритании компанией Marks and Spencer, а в сфере производства — швейцарской компании Nestle, в которых отражаются требования к экологической устойчивости поставщика (экологические разрешения, безопасность продукции и экологичность ее производства, предотвращение загрязнения окружающей среды и оптимизации отходов и т. д.).

Проблемой трансформации логистических систем товародвижения занимались многие исследователи, что представлено в работах как зарубежных, так и отечественных научных школ. Однако комплексное рассмотрение логистических систем товародвижения под влиянием экологической направленности общества и бизнеса в настоящий момент в контексте эволюционного развития отсутствует. Следует отметить, что недостаточно изучены вопросы, касаемые экотехнологий, ориентированных на ре-

сурсосбережение применительно к логистическим системам товародвижения и технологиям их реализации, что послужило основой для данного научного исследования и определило его предмет, актуальность и целевую направленность.

Таким образом, учет экологических аспектов развития логистических систем товародвижения требует изменения традиционных подходов к управлению логистической деятельностью, переориентируя предприятия на применение безопасных с точки зрения окружающей среды логистических технологий и соблюдение базисных принципов, позволяющих реализовать экотехнологии, к которым целесообразно отнести:

- 1) рационализацию использования природных ресурсов и ресурсов предприятий – участников товародвижения;
- 2) максимальное использование отходов производства, тары и упаковки;
- 3) сокращение потребления сырья и материалов с низкой возможностью переработки или безопасной утилизации;
- 4) применение современных наукоемких технологий и технологий рециклинга;
- 5) повышение уровня экологической ориентации и ответственности логистического персонала [1].

Библиографический список

1. *Абрамова, Т. С., Кускова, Е. С., Карпова, Н. П.* Экологические направления развития логистики // Проблемы экономики и менеджмента. — 2014. — № 6 (34). — С. 21–23.
2. *Bondarenko, V.A., Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V., Guzenko, N. V.* Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution // European Research Studies Journal. — 2017. — № 1. — Т. 20. — P. 105–116.
3. *Борисова, В. В., Кононенко, Е. С.* Логистика и ресурсосбережение. — Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ «РИНХ», 2003. — С. 34.

4. *Gromov, V.* Green Logistics in Russia // *Russian Journal of Logistics and Transport Management*. — 2014. — № 2. — Vol. 1. — P. 36–44.

5. *Евтодиева, Т. Е.* Современные условия реализации логистики // *Вестник Астраханского государственного технического университета*. Серия: Экономика. — 2011. — № 1. — С. 46–51.

6. *Капустина, Л. М.* Зеленые технологии в логистической деятельности // *Известия УрГЭУ*. — № 2. — С. 114–121.

7. *McKinnon, A., Browne M., Whiteing, A.* Green Logistics: Improving the environmental sustainability of logistics. — 3rd ed. — London, 2010.

8. *Сосунова, Л. А., Кузнецова, Н. С.* Организация цепей поставок на принципах зеленой логистики // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. — 2015. — № 11 (33). — С. 61–63.

9. *Третьяченко, Т. В., Лукина, Э. А.* Системный подход к управлению производственным процессом: особенности и проблемы машиностроительных предприятий // *Логистика в портфеле ресурсов импортозамещающей индустриализации: антикризисные стратегии роста и развития в условиях санкционных ограничений: материалы междунар. науч.-практ. XI Южно-Российского логистического форума*. — Ростов н/Д, 2015. — С. 187–193.

10. *Уотерс, Д.* Логистика. Управление цепью поставок. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

11. Энергосбережение в торговом оборудовании [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tjet.ru/energoberezhnie> (дата обращения: 28.03.2017).

Bibliographic list

1. *Abramova, T. S., Kuskova, E. S., Karpova, N. P.* Environmental trends of logistics development // *Problems of Economics and management*. — 2014. — № 6 (34). — P. 21–23.

2. *Bondarenko, V.A., Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V., Guzenko, N. V.* Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — P. 105–116.

3. *Borisova, V. V., Kononenko, E. S.* Logistics and resource efficiency. — Rostov-on-Don: Publishing house of RSUE «RINH», 2003. — P. 34.

4. *Gromov, V.* Green Logistics in Russia // *Russian Journal of Logistics and Transport Management*. — 2014. — № 2. — Vol. 1. — P. 36–44.

5. *Evtodjeva, T. E.* Modern logistics implementation // *Vestnik of Astrakhan State Technical University*. Series: Economy. — 2011. — № 1. — P. 46–51.

6. *Kapustina, L. M.* Green technologies in logistics activities // *Izvestiya of USUE*. — № 2. — P. 114–121.

7. *McKinnon, A., Browne, M., Whiteing, A.* Green Logistics: Improving the environmental sustainability of logistics. — 3rd ed. — London, 2010.

8. *Sosunova, L. A., Kuznetsova, N. S.* Organization of supply chains on principles of green logistics // *Vestnik of Samara State University of Economics*. — 2015. — № 11 (33). — P. 61–63.

9. *Tretyachenko, T. V., Lukina E. A.* System approach to management of production process: peculiarities and problems of machine-building enterprises // *Logistics portfolio resources import substitution industrialization: anti-crisis strategy for growth and development in context of sanctions restrictions: materials of international scientific-practical of XI South-Russian logistics forum*. — Rostov-on-Don, 2015. — P. 187–193.

10. *Waters, D.* Logistics. supply chain management. — М.: YUNITI-DANA, 2003.

11. Energy conservation in commercial equipment [Electronic resource]. — Mode of access: <http://tjet.ru/energoberezhnie> (accessed 28.03.2017).

Т. Б. Ерохина, М. В. Овсянников

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация

В статье представлены формы сознания в рамках теоретико-методического осмысления данной абстракции, раскрыты определенные познавательные процессы сознания потребителей, охарактеризованы регуляторы деятельности, познавательные особенности, личная социальная память, накопленный информационный опыт, воспринимаемые границы времени, охарактеризованы атрибутивные признаки сознательного выбора потребителя в предпочтении товаров и услуг.

Ключевые слова

Сознание, потребители, исследования, маркетинг.

T. B. Erokhina, M. V. Ovsyannikov

INSTITUTIONAL-METHODICAL BASES OF INFLUENCE ON CONSCIOUSNESS OF CONSUMERS

Annotation

Article presents the forms of consciousness within framework of theoretical and methodological interpretation of this abstraction, certain cognitive processes of consumers' consciousness are revealed, regulators of activity are characterized, cognitive features, personal social memory, accumulated information experience, perceptible time boundaries, attributive attributes of consumer's conscious choice in preferences of goods and servants are characterized.

Keywords

Consciousness, consumers, research, marketing.

В научном мире выделяют различные формы сознания, традиционно это: политическое, экономическое, нравственное, религиозное и другие категории, которые изучаются как академические и имеют все институциональные права в преломлении к изучаемой дисциплинарной направленности. Но такая форма, как потребительское сознание, просто не существует в науке, а в предмете «поведение потребителей» при описании совершения покупки или раскрытия понятия личности ученые ограничиваются термином «черный ящик сознания потребителя». Однако для полноценного теоретико-методического осмысления данной абстракции этого недостаточно. Если маркетолог и производитель будут знать, как функционирует сознание человека, что можно ожидать от личности потребляющей, какой алгоритм складывается

в сознании, зафиксирован ли он либо находится в гибком состоянии, и мысли можно изменить, не манипулируя, а подсказывая правильное рациональное решение, которое принесет пользу и выгоду индивиду, это позволит не принимать необдуманных решений, уменьшить риск (экономический, нравственный, эмоциональный) при совершении покупки.

Сознание потребителя характеризуется определенными познавательными процессами: ощущение, восприятие, память, мышление, воображение, формирование самооценки своих поступков и себя в целом. Сознание фиксирует и сохраняет то, что выступает объектом, привлекающим внимание самопроизвольно или произвольно, все процессы происходят синкретично и моментально, человеческий мозг в состоянии выполнять более тысячи операций в секунду.

Проблема формирования сознания потребителя выступает ключевой задачей маркетинга, но единого алгоритма о том, что представляет собой сознание индивида, практически не существует, есть лишь исследование отдельных компонентов. Особое внимание в данном контексте необходимо уделить социальной составляющей сознания, которая состоит в выявлении влияния комплексно воздействующих элементов. Практически все осознанные действия человека потребляющего, имеют определенную цель — не только приобретение товара, но и его потребление, использование, хранение, утилизация и многое другое, оно представляет собой поток взаимодействующих мыслей и синтез между внутренним миром человека и реальностью (то, что он может купить, на что рассчитывает экономически, что ему предлагают для приобретения и каков его конечный выбор). Решения о покупке изменяются под воздействием обстоятельств, спорящих с устойчивыми стереотипами поведения, зафиксированными и закрепленными в сознании и воспроизведенными в мышлении, по пунктирам которого человек привык совершать покупки, схемы которых переплетаются в личности потребителя.

С учетом приобретения жизненного опыта индивид получает новый опыт и, адаптируя его к своему уже имеющемуся багажу знаний и представлений, переосмысливает в целом свое существование. Самосознание индивида выступает базовой, основополагающей составляющей личности, своеобразным внутренним механизмом, который помогает индивиду переживать воздействие окружающей среды, интерпретируя свои возможности, и идентифицируя реакцию, адаптированную к изменениям, именно поэтому самосознание существенно влияет на развитие человека.

Поведение потребителей — это процесс не особенный, из ряда вон выходящий, а повседневный, это реальность жизни и реконструкция трактовок повседневности, не требующая значи-

тельных усилий. Феномен повседневности тесно переплетается с проблемой существования человека в социуме, это многогранное понятие — воспроизведение себя в мире, это повседневная жизнь, требующая необходимых забот, зафиксированных в сознании. Практически по каждой группе товаров в сознании потребителя существует обыденное мнение, оно является главным регулятором деятельности в области потребления, где полезность и целесообразность должны быть приоритетными. Но потребитель выходит за пределы сферы общих понятий, аналитико-синтетических мыслительных операций и логических доказательств, его сознание формирует личностную истину и нужду в товаре, услуге, идеи, которая может быть как рациональной, так и иррациональной, подпитывающаяся субъективными переживаниями, прошлым опытом, предчувствиями и многими другими условиями.

Чувства, подталкивающие к приобретению, могут возникать (если это не товары первой необходимости) как неотчетливые переживания, перерастающие в визуально осознанные и приносящие наслаждение, отвращение, симпатию, антипатию, которые могут вызвать гнев, страх, восторг — всю гамму человеческих переживаний.

Классическая наука о поведении потребителей говорит о том, что выбор товаров или услуги и сами решения традиционно проходит пять этапов, но у каждого человека имеются личностные возможности: познавательные особенности, личная социальная память, накопленный информационный опыт, воспринимаемые границы времени, которым человек располагает при выборе товара для разумного принятия решения о его приобретении.

Сознание потребителя неразрывно связано с окружающей человека средой и без ее воздействия существовать не может — оно пусто в житейском плане без общения людей между собой, без воздействия реальных вещей в форме ощущений, дающих рациональное мыш-

ление для человека потребляющего и живущего в его сознании как суждение и умозаключение по поводу товара, продукта, услуги, идеи. Процесс потребительского решения практически всегда связан с эмоциональными переживаниями, сознание человека включает эмоциональную сферу. Перед совершением покупки люди обычно испытывают тревогу и волнение, желание обладать, ощутить горизонты новых возможностей при удовольствии от обладания, совершив покупку. Но при этом даже удовлетворенный покупатель часто испытывает чувство тревоги, раскаяния, сомнения, опустошения, и чем выше риск и затраты, тем интенсивнее чувство упущенной выгоды при анализе вариантов выбора. Если у покупателя есть возможность выбора из множества однотипных товаров, наступает нерешительность. Ведь иногда так трудно принять решение.

Проблема деформации сознания потребителя может проявляться если индивид недостаточно осознает условия выбора и обстоятельства, влияющие на него, не способен выразить отношение к ним. Известно, что по правилам рационального потребления нужно приобретать только экологически чистые продукты и товары, но далеко не все так поступают.

«Ведущие мировые и российские ученые приходят к выводу, что экологические механизмы применимы повсеместно, так как защита окружающей среды — это наш вклад в будущее новых поколений, но с экономической точки зрения, выгода не всегда лежит на поверхности. На современном этапе развития для нашей страны определены стратегические перспективы импортозамещения и внедрение экологических стандартов будущего наиболее актуально. В научно-методологическом осмыслении перспектив развития брендинга, экотехнологии обеспечат ведущие позиции только тем товарам, которые обеспечивают здоровье потребителям и охрану окружающей среды. Должно произойти изменение стратегий распределения, своевременно образуя зеленые

цепи поставок как феномен прогресса технологии и экологической безопасности, интегрируя науку, государство и бизнес в единые механизмы экологизации. Речь идет об управлении не только зелеными цепями поставок, но и самой цепью требований, предъявляемых к образу жизни потребителей» [1].

Социальная память, закрепленная в сознании потребителей, занимает особое место среди познавательных процессов — это прошедшие отбор, профильтрованные ценности, которые определяют выбор повседневного поведения, выделяют индивидуальную и коллективную память.

Социальную память потребителя можно определить как воспроизведение жизненного опыта, приобретение и запечатление механизма поведения во время совершения покупки. Этот механизм не застывший, он претерпевает постоянное обновление социального опыта, без которого человек не смог бы адаптироваться к текущим и быстро меняющимся событиям жизни. Приходится постоянно конструировать свое отношение к реальному окружению, а усложнение социальных процессов в мире, изменяют стили поведения потребителей и способы поиска стабилизирующих механизмов, регулирующих процессы потребления. Социальная память потребителей многозначна, это универсальная форма, являющаяся результатом взаимодействия людей и их коммуникативной деятельности, которая помогает и облегчает жизнь человека в социуме, позволяет переживать кризисы, изменять предпочтения, смириться с ограничениями в потреблении, вносить изменения в смысл жизни.

Нужду удовлетворяет товар, которым могут быть физические объекты, организации, личности, географические территории и идеи (т. е. все то, что можно продать), в глазах потребителя являющиеся определенной ценностью, которая в сознании складывается как совокупность получаемых выгод от владения, обладания и использования товара,

приносящая удовлетворенность. При приобретении товара сознание фиксирует степень необходимости, такие характеристики, как качество, внешний вид, срок службы, надежность, функциональность, репутацию бренда и др.

«Решение поставленных задач следует осуществлять на основе применения общенаучных методов исследования, включающих: системный подход в интерпретации экономической действительности, анализ экономической среды и синтез полученных данных, сравнительный и функциональный анализ, а также табличный и графический методы, приемы экономических исследований в части методик оценки потенциала производства и предложения продукции, прогнозирования спроса, специфические методы маркетинговых исследований: полевые (опросы потребителей, фокус-группы, методы экспертных оценок) и кабинетные.

Резюмируя, отметим, что именно соблюдение логистических принципов организации бизнеса, ориентация на потребителя, маркетинговый анализ рынка, сформулированная на его основе адресная поддержка сельхозтоваропроизводителей, логистическое и маркетинговое обеспечение процесса производства и выведение на рынок продовольственных товаров, «запуск» хозяйственных взаимоотношений в аграрных кластерах могут позволить осуществить действенные меры по импортозамещению продовольствия без потери качества предлагаемой потребителям продукции и создать достойные условия жизни, что необходимо для полноценного развития современного российского общества» [4].

Закрепленные в сознании ценности определяют выбор поведения, тип принятия решения, рациональность потребителя, определяются потребительские ценности, где отправной точкой является потребность и нужда.

Библиографический список

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Green logistics in Russia:

phenomenon of progress, economic and environmental security // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — Р. 13-21.

2. *Байбардина, Т. Н., Кожухов, Г. Н., Якимик, А. Я.* Поведение потребителей. — М.: Изд-во Гревцова, 2013.

3. *Блэкуэлл, Р., Миниард П., Энджел Дж.* Поведение потребителей. — 10-е изд. — М.: СПб.: Питер 2014.

4. *Bondarenko, V. A., Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V., Guzenko, N. V.* Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution. // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — Р. 105–116.

5. *Матюшкин, А. М.* Психология мышления. Мышление как разрешение проблемных ситуаций. — М., 2013.

6. *Саевец, А. Н., Саевец, А. А.* Поведение потребителей. — М.: ТетраСистемс, 2014.

Bibliographic list

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Green logistics in Russia: phenomenon of progress, economic and environmental security // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — Р. 13-21.

2. *Baybardina, T. N., Kozhukhov, G. N., Yakimik, A. Ya.* Consumer behavior. — М.: Publishing house of Grevtsov, 2013.

3. *Blackwell, R., Miniard, P., Andgel, J.* Consumer Behavior. — 10th ed. — М.: SPb.: Peter, 2014.

4. *Bondarenko, V. A., Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V., Guzenko, N. V.* Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution. // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — Р. 105–116.

5. *Matyushkin, A. M.* Psychology of thinking. Thinking like solving problem situations. — М., 2013.

6. *Sayevets, A. N., Saevets, A. A.* Consumer behavior. — М.: TetraSistems, 2014.

Е. Д. Костоглодова, С. А. Хапилин

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ
В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**

Аннотация

В статье обосновывается, что усиление позиций России в глобальной экономике, расширение спектра ее внешнеэкономических связей, развитие интеграционных процессов на базе Евразийского экономического союза, улучшение качественных параметров внешнеэкономической деятельности, решение задач модернизации национального хозяйства во многом зависят от эффективности функционирования механизма таможенного регулирования ВЭД ЕАЭС, способности союза генерировать мощные позитивные сигналы для национальных хозяйств участников евразийской экономической интеграции.

В современных условиях таможенное регулирование становится одним из наиболее эффективных инструментов региональной интеграции, соединяющей потоки товаров, услуг, капиталов, рабочей силы в единое экономическое пространство. Все более четко проявляющейся тенденцией становится «регионализация глобализации».

Целью статьи является исследование тенденций и ключевых направлений совершенствования таможенного инструментария обеспечения экономических интересов России в условиях развития интеграционных процессов. Для реализации указанной цели поставлены следующие задачи: раскрыть содержательную характеристику таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности на современном этапе, выявить ключевые направления таможенно-тарифной политики России в условиях функционирования Евразийского экономического союза, определить приоритетные направления совершенствования системы таможенного контроля в условиях развития интеграционных процессов. В статье сделаны выводы о необходимости унификации базовых параметров таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС и совершенствования структуры Единого таможенного тарифа, корректировки системы предоставления тарифных преференций, унификации систем управления рисками в государствах-членах ЕАЭС.

Ключевые слова

Внешеэкономическая деятельность, Евразийский экономический союз, таможенно-тарифное регулирование, таможенный контроль, финансовый контроль.

Е. Д. Kostoglodova, S. A. Khapilin

**MODERN PROBLEMS OF CUSTOMS REGULATION
OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY IN RUSSIA
IN CONTEXT OF DEVELOPMENT OF INTEGRATION PROCESSES**

Annotation

Article substantiates that strengthening of Russia's position in global economy, expansion of its foreign economic relations, development of integration processes on basis of Eurasian Economic Union, improvement of qualitative parameters of foreign economic activity, solution of tasks of modernizing the national economy depend to large extent on efficiency of mechanism for customs regulation of EEU, ability of Union to generate powerful positive signals for national economies of participants in Eurasian economic integration.

In modern conditions, customs regulation is becoming one of most effective instruments of regional integration, connecting the flows of goods, services, capitals and labor into a single economic space. Increasingly clear trend is «regionalization of globalization».

Purpose of article is to study trends and key areas for improving the customs tools to ensure Russia's economic interests in the context of the development of integration processes. To achieve this goal, the following tasks have been set: to disclose the content characteristic of the customs regulation of foreign economic activity at the current stage of development, to identify key areas of the customs and tariff policy of Russia in conditions of the functioning of the Eurasian Economic Union, to identify priority areas for improving the customs instruments for regulating foreign economic activity in Russia. Article draws conclusions on need to unify the basic parameters of customs and tariff regulation in EEU and improve the structure of Single Customs Tariff, adjust the system of Russia's provision of tariff preferences, unify the risk management systems in EEU member states.

Keywords

Foreign economic activity, Eurasian Economic Union, customs and tariff regulation, customs control, financial control.

Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности является сложным социально-экономическим явлением, отражающим степень развитости государственного управления экономикой и внешнеэкономической деятельностью, призванным не только надежно реализовывать интересы России во внешнеэкономической сфере, но и способствовать полному и своевременному пополнению доходной базы федерального бюджета. Потенциально таможенное регулирование обладает значительными возможностями влияния на социально-экономическое развитие. Таможенные органы, являясь связующим звеном внутренней и внешней политики государства с важнейшими социально-экономическими и внешнеполитическими установками страны, участвуют в определении приоритетов развития экономики, формировании важнейших макроэкономических показателей, эффективности мер стимулирования экономического роста.

На современном этапе развития мировой экономики формируется новая концепция таможенного регулирования. Таможенное регулирование, нацеленное на осуществление исключительно фискальной и правоохранительной функций, уступает место модели таможенного регулирования, направленной на содействие в осуществлении внешнеэкономической деятельности надежными участниками

ВЭД. Концептуальные основы таможенного регулирования ВЭД, установленные Международной конвенцией об упрощении и гармонизации таможенных процедур, Рамочными стандартами безопасности и облегчения внешней торговли, определяют в качестве стратегического ориентира деятельности таможенных органов не только учет национальных экономических интересов, но и формирование благоприятной институциональной среды для участников ВЭД, содействие непрерывному движению законных товаропотоков по всей международной цепи поставок товаров [1, с. 43–51].

Таможенное регулирование ВЭД в каждом конкретном государстве и интеграционном объединении определяется специфическим набором элементов. На их состав влияют исторические, геополитические, внешнеэкономические, национальные, глобальные факторы, совокупность которых определяет уникальность таможенных институтов. Из анализа концепций таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности, воздействия глобализации на внешнеэкономическую политику стран, активно вовлеченных в мировую торговлю, вытекает тезис о том, что глобальная экономика требует от каждой страны формирования соответствующего ее стратегическим интересам механизма таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности [2, с. 26–27].

Таможенные органы России и других государств-членов ЕАЭС постоянно совершенствуют арсенал инструментов и методических подходов таможенного регулирования. Однако, несмотря на перманентно осуществляемый на протяжении последних лет процесс реформирования системы таможенного регулирования, проблема повышения эффективности таможенного регулирования сохраняет свою значимость.

Особенностью методологических подходов современной экономики является сервисный подход к пониманию государственного регулирования социально-экономических процессов и рассмотрение государства не в качестве регулирующей структуры, а в общем ряду субъектов экономической деятельности, которые должны поставлять обществу конкретные экономические услуги с необходимой эффективностью производства этих благ. В данном контексте использование регулятивных инструментов признается оправданным лишь в тех случаях, когда проблемы не могут быть решены самим рынком. С пробелами рынка пытается справиться государство, осуществляя таможенную, налоговую, антимонопольную политику, ограничивая экспорт и импорт товаров с отрицательными внешними эффектами (экстерналиями) и стимулируя внешнеэкономические операции с положительными внешними эффектами.

Структурная трансформация экономики, выход из кризисных ситуаций, устранение макроэкономических диспропорций, повышение эффективности и конкурентоспособности экономики сопряжены с конструктивной и направляющей деятельностью государства. Поиск новых форм и методов регулирования внешнеэкономической деятельности связан с реализацией важнейших задач, без решения которых невозможно устойчивое развитие любого государства: создание благоприятных условий для экономического роста, полная занятость, экономическая эффективность,

стабильный уровень цен, экономическая свобода, справедливое распределение доходов, активное сальдо внешнеторгового баланса [3, с. 141–148; 4, с. 46–54].

Государство располагает мощным таможенным инструментарием регулирования ВЭД, стимулирования инновационно-инвестиционных процессов и поддержки структурных сдвигов в экономике в требуемом русле. Современная внешнеэкономическая стратегия большинства государств основана на органической встроенности таможенного регулирования в систему мер государственного макроэкономического регулирования. Зачастую государство формирует свою внешнеэкономическую стратегию исходя из содержания и задач таможенной политики. Имеет место и обратная связь: таможенная политика и таможенное регулирование тесно увязаны с внутренней стратегией экономического и социального развития [5, с. 8–11].

Таким образом, потенциально таможенное регулирование обладает значительными возможностями влияния на социально-экономическое развитие. На сегодняшний день в качестве важнейшего императива следует рассматривать превращение таможенного регулирования из вспомогательного в базисный элемент экономического развития, что предполагает использование принципиально новых концептуальных подходов в проведении внешнеэкономической политики государств-членов ЕАЭС, ориентированной на обеспечение макроэкономической стабильности и экономического роста, повышение качества жизни населения, обеспечение эффективности и ответственности органов государственной власти.

Федеральная таможенная служба является одним из ключевых государственных органов, обеспечивающих пополнение доходов федерального бюджета. Федеральная таможенная служба реализует бюджетные полномочия главного администратора доходов федерального бюджета, осуществляя в финансовой

сфере контроль за правильностью исчисления и своевременностью уплаты таможенных платежей. Ежегодно поступления от уплаты таможенных и иных платежей, администрируемых таможенными органами, превышают 35 % доходной части федерального бюджета. На современном этапе осуществляется масштабная реформа таможенного и налогового администрирования. С 2016 г. Федеральная таможенная служба пере-

подчинена Министерству финансов Российской Федерации, осуществляется создание единой системы налогового и таможенного администрирования, предусматривающей интеграцию ведомственных информационных ресурсов, направленной на повышение эффективности деятельности таможенных и налоговых органов и увеличение поступлений в федеральный бюджет (табл. 1).

Таблица 1 — Доходы федерального бюджета в 2018–2020 гг. (млрд руб.) [6]

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Доходы, всего	15 258	15 555	16 285
в том числе:			
связанные с импортом	2 959	3 071	3 143
НДС на ввозимые товары	2 294	2 402	2 474
Акцизы на ввозимые товары	92	98	102
Ввозные таможенные пошлины	572	571	568

Усиление геополитической напряженности в государствах, граничащих со странами ЕАЭС, введение ведущими торговыми партнерами России санкций в отношении ключевых отраслей российской экономики, дискриминация и ограничения возможностей российских экспортеров на внешних рынках, высокая импортозависимость в сфере промышленного производства, различный объем обязательств участников евразийской интеграции в рамках участия в ВТО выдвигают на первый план проблему обеспечения эффективной защиты товаропроизводителей государств-членов ЕАЭС [7, с. 103–105].

Модернизация финансово-экономических и контрольных инструментов таможенного регулирования ВЭД, ключевыми из которых являются таможенно-тарифные инструменты, выступает одним из основных условий активизации научно-производственного потенциала России, восстановления и развития воспроизводственных контуров изготовления высокотехнологической продукции с высокой добавленной стоимостью. Инструменты таможенно-тарифного регулирования ВЭД в России и других госу-

дарствах-членах ЕАЭС, соответствуя в целом международным требованиям, имеют ряд особенностей:

– низкий уровень тарифной защиты и сокращение возможностей инструментария таможенно-тарифного регулирования в результате связывания тарифных ставок в рамках обязательств по вступлению России и Казахстана в ВТО. В 2016 г. основные изменения политики таможенно-тарифного регулирования были связаны с соблюдением Россией обязательств перед ВТО. В рамках очередного этапа выполнения договоренностей изменение ставок ввозных таможенных пошлин затронуло 15,2 % всего тарифа (около 1,8 тысяч десятизначных подсубпозиций ТН ВЭД ЕАЭС). В 2017 г. требовалось снижение ставок вывозных таможенных пошлин в отношении 38 тарифных линий промышленных товаров. В отношении экспорта нефти и нефтепродуктов обязательствами в рамках ВТО предусмотрено применение особой формулы расчета ставок (на данный момент уровень тарифных обязательств на 8–9 % выше по сравнению с действующими вывозными таможенными пошлинами) [6];

– действие антисанкционных мер, запрещающих ввоз отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия из ряда государств в ответ на введение ими запретов на поставку в Россию отдельных видов продукции и ограничений доступа российских компаний и банков к финансовым рынкам на фоне существенного углубления структурных дисбалансов в экономике государств-членов ЕАЭС (значительный объем импорта, отсутствие существенного позитивного эффекта от увеличения нефтегазовых доходов бюджета и введенных Россией новых «бюджетных правил» и «налогового маневра» на рост российской экономики). Также с начала 2016 г. начали действовать меры, запрещающие ввоз на территорию России отдельных видов сырья и продовольствия из Турции, которые были частично сняты [8];

– недостаточная проработка инновационной составляющей Единого таможенного тарифа ЕАЭС, что особенно негативно сказывается на реализации стратегии неоиндустриализации и импортозамещения, а также низкая степень дифференциации ставок Единого таможенного тарифа, не соответствующая потребностям для развития экономики государств-членов ЕАЭС и затрудняющая реализацию структурных задач таможенно-тарифной политики. По адвалорной составляющей самыми защищенными являются группы товарной номенклатуры, не являющиеся значимыми для перехода экономики государств-членов ЕАЭС на инновационный путь развития;

– жесткая увязка преференциальной системы с международными страновыми оценками при определении перечней развивающихся и наименее развитых стран, которым предоставляются тарифные преференции. Перечень развивающихся и наименее развитых стран в преференциальной системе Евразийского экономического союза нормативно взаимоувязан с перечнями стран, не классифицируемым Всемирным банком

как страны с высоким уровнем дохода и перечнем наименее развитых стран ООН, что лишает данную систему необходимой гибкости в учете стратегических внешнеэкономических интересов государств-членов Евразийского экономического союза [9, с. 193–199; 10, с. 53–54; 11, с. 33–38].

Функциональные особенности таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности реализуются посредством использования специфических форм и методов контрольных процедур, основанных на системе управления рисками, выборочных подходах к определению объекта для проведения проверок в непосредственном взаимодействии с налоговыми, правоохранительными и другими контролирующими органами. Формирование Евразийского экономического союза, ратификация Россией Киотской конвенции и последовательное внедрение в российское законодательство о государственном регулировании ВЭД принципов Всемирной торговой организации привели к значительному изменению механизма таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности на национальном уровне. Одним из наиболее принципиальных нововведений стали: переход от проведения «тотального» таможенного контроля к субъектоориентированной концепции управления рисками, существенное сокращение сроков проведения таможенного контроля и выпуска товаров при импорте и установление минимальных сроков таможенного контроля при экспорте товаров, не облагаемых таможенными пошлинами, активное развитие современных таможенных технологий (автоматическая регистрация и автоматический выпуск товаров, удаленный выпуск товаров, электронный таможенный транзит, межведомственное электронное взаимодействие), направленных на минимизацию взаимодействия должностных лиц таможенных органов и участников ВЭД при проведении таможенного контроля.

Вместе с тем, несмотря на имеющиеся позитивные тенденции, модернизационный потенциал механизма таможенного регулирования ВЭД ЕАЭС сдерживается имеющимися недостатками системы управления рисками. Это выражается в следующем: высокая степень автономности развития систем управления рисками в государствах-членах ЕАЭС (использование различных программных средств, отсутствие единого порядка применения СУР, унифицированных индикаторов риска и мер по минимизации рисков, эффективного информационного обмена между таможенными службами); применение Россией «санкционного» продовольственного эмбарго в отношении ряда стран, не поддержанного другими государствами-членами ЕАЭС, что приводит к наличию обособленных областей риска, регламентированных исключительно национальным законодательством; фискальный уклон системы управления рисками в России; недостаточно активное использование при оценке уровня рисков математико-статистических методов, следствием чего является предоставление чрезмерно широких дискреционных полномочий таможенным органам и дивергенция систем таможенного контроля государств-членов ЕАЭС.

Усиливающаяся в кризисный период международная конкуренция, сопровождаемая формированием широких зон преференциального торгового-экономического сотрудничества и расширением спектра протекционистских мер, введение зарубежными государствами санкций в отношении ключевых отраслей российской экономики и высокий уровень дискриминации российских экспортеров на внешних рынках, передача государствами-членами Евразийского экономического союза значительного объема полномочий в сфере таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности на наднациональный уровень, усиливающийся отрыв желаемого уровня интегра-

ции государств-членов ЕАЭС в сфере таможенного регулирования ВЭД от фактического уровня торгового-экономического сотрудничества порождают серьезные вызовы для дальнейшего развития интеграционных процессов и актуализируют необходимость научной разработки вопросов модернизации механизма таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности ВЭД ЕАЭС. В данных условиях стратегическими императивами модернизации механизма таможенного регулирования ВЭД Евразийского экономического союза становится его корректировка, позволяющая обеспечить эффективную интеграцию национальных сегментов в единый межгосударственный механизм таможенного регулирования, сформировать единый контур экономической безопасности ЕАЭС. «Мобилизация возможностей и преимуществ международного экономического сотрудничества для продвижения интересов государств-членов ЕАЭС на мировом рынке связана с настоятельной необходимостью совершенствования финансово-экономических и контрольных инструментов таможенного регулирования ВЭД по следующим концептуальным направлениям:

– унификация базовых параметров таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС (согласование экспортной таможенно-тарифной политики, определение перечня стран, которым предоставляется режим наибольшего благоприятствования, порядок действия режима свободной торговли, порядок предоставления тарифных льгот и преференций, проведение единой таможенно-тарифной политики на основе определения императивов промышленной политики в рамках единого экономического пространства, направленные на увеличение объемов внутрирегиональной торговли, стимулирование процессов импортозамещения товаров из дальнего зарубежья товарами из стран ЕАЭС), а также выработка единых условий применения льгот по уплате косвенных

налогов, унификация в государствах-членах ЕАЭС особенностей и оснований предоставления отсрочек (рассрочек) уплаты налогов;

– повышение эффективности контроля за классификацией товаров, предполагающее детализацию кодов товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности ЕАЭС для выделения инновационных товаров, а также товаров, приоритетных для промышленного сотрудничества государств-членов ЕАЭС, формирование в рамках ЕАЭС единой библиотеки решений по классификации товаров в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности, направленных на углубление промышленной кооперации, формирование общих технологических платформ и промышленных кластеров, стимулирование развития импортозамещающего производства;

– корректировка перечня развивающихся стран-пользователей системой тарифных преференций ЕАЭС, минимизация одностороннего предоставления тарифных преференций странам с динамично развивающейся экономикой и формирование стратегического двустороннего или многостороннего сотрудничества с развивающимися государствами, включающего, помимо взаимного предоставления тарифных преференций, вопросы торгово-экономического сотрудничества, доступа на рынки, взаимного соблюдения прав участников ВЭД;

– совершенствование структуры Единого таможенного тарифа ЕАЭС, предполагающее оптимизацию на основе принципа эскалации таможенного тарифа уровня и структуры ввозных таможенных пошлин в отношении товаров инвестиционного спроса (машин, технологического оборудования), компонентов для производимой на территории Российской Федерации продукции, в первую очередь в отношении товаров, аналоги которых не производятся в Российской Федерации или производятся в

недостаточном для удовлетворения потребностей рынка количестве» [11, с. 39–40];

– создание единой основы функционирования системы управления таможенными рисками Евразийского экономического союза путем: формирования единой базы данных Евразийского экономического союза по профилям рисков, а также организации обмена данными об индикаторах риска, критериях отнесения товаров, участников ВЭД, внешнеторговых операций к группам риска; создания системы идентификации участников внешнеэкономической деятельности ЕАЭС; формирования единого механизма прослеживаемости товаров от момента их ввоза на таможенную территорию ЕАЭС до момента их передачи потребителю.

Библиографический список

1. *Кутырев, Е. А.* Институциональное развитие таможенных органов в условиях современных интеграционных процессов в экономике: проблемы и приоритеты // *Экономика и предпринимательство*. — 2013. — № 7.
2. *Гамидуллаев, С. Н., Бородушко, И. В.* Теоретические аспекты исследования безопасности внешнеэкономической деятельности // *Вестник Российской таможенной академии*. — 2017. — № 3.
3. *Смагина, В. В.* Принципы индикативного государственного планирования в условиях международной интеграции // *Философия хозяйства*. — 2014. — № 3.
4. *Дышаева, Л. А.* О роли государства в хозяйственной жизни общества // *Экономист*. — 2012. — № 10.
5. *Лозбенко, Л. А.* Конвенциональное регулирование внешнеэкономической деятельности : моногр. — М. : РИО РТА, 2000.
6. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2018 г. и плано-

вый период 2019 и 2020 гг. : проект [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=119695.

7. Березинская, О., Ведев, А. Производственная зависимость российской промышленности от импорта и механизма стратегического импортозамещения // Вопросы экономики. — 2015. — № 1.

8. Доклад ЕЭК «Барьеры, изъятия и ограничения Евразийского экономического союза» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://barriers.eaeunion.org/api/info/document/38>.

9. Хапилин, С. А. Преференциальная система Евразийского экономического союза: модернизационный потенциал // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2015. — № 1.

10. Хейфец, Б. А. Трансрегиональное реформатирование глобального экономического пространства. Вызовы для России. — М. : Институт экономики РАН, 2016.

11. Иванова, О. Б., Хапилин, С. А. Финансовый аспект таможенно-тарифного регулирования ВЭД в России в условиях углубления интеграционных процессов // Финансовые исследования. — 2013. — № 4 (41).

Bibliographic list

1. Kutyrev, A. A. Institutional development of customs authorities in context of modern integration processes in the economy: problems and priorities // Economics and Entrepreneurship. — 2013. — № 7.

2. Gamidullaev, S. N., Borodushko, I. V. Theoretical aspects of security research of foreign economic activity // Bul-

letin of Russian Customs Academy. — 2017. — № 3.

3. Smagina, V. V. Principles of indicative state planning in conditions of international integration // Philosophy of economy. — 2014. — № 3.

4. Dyshaeva, L. A. Role of State in Economic Life of Society // Economist. — 2012. — № 10.

5. Lozbenko, L. A. Conventional regulation of foreign economic activity: monograph. — M. : RIO RTA, 2000.

6. Project of main directions of budget, tax and customs tariff policy for 2018 and planning period 2019 and 2020 [Electronic resource]. — Mode of access : https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=119695.

7. Berezinskaya, O., Vedev, A. Industrial dependence of Russian industry on imports and mechanism of strategic import substitution // Issues of Economics. — 2015. — № 1.

8. EEU report «Barriers, Exemptions and Restrictions of Eurasian Economic Union» [Electronic resource]. — Mode of access : <https://barriers.eaeunion.org/api/info/document/38>.

9. Khapilin, S. A. Preferential system of Eurasian Economic Union: modernization potential // Bulletin of Rostov State Economic University (RINH). — 2015. — № 1.

10. Heifets, B. A. Trans-regional reformatting of global economic space. Challenges for Russia. — M. : Institute of Economics, Russian Academy of Sciences, 2016.

11. Ivanova, O. B., Khapilin, S. A. Financial aspect of customs and tariff regulation of foreign economic activity in Russia in conditions of deepening of integration processes // Financial research. — 2013. — № 4 (41).

Н. И. Левченко

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЗЕЛеноЙ ЛОГИСТИКИ В РОССИИ

Аннотация

В статье представлены практикоориентированные аспекты эффективного внедрения зеленых технологий, охарактеризованы стимулы государственного участия, которые способны инициировать развитие зеленых технологий, обоснована значимость поддержки государства в процессе внедрения экологически чистых стандартов, раскрыты основы внедрения инновационных методов и подходов к управлению логистическими транспортно-распределительными и промышленно-хозяйственными операциями.

Ключевые слова

Логистика, экологически чистые технологии, развитие.

N. I. Levchegov

PROSPECTIVE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF GREEN LOGISTICS IN RUSSIA

Annotation

Article presents practical aspects of effective implementation of green technologies, characterized the incentives for state participation, which can initiate the development of green technologies, substantiates the importance of state support in process of introducing environmentally friendly standards, reveals the basics of introducing innovative methods and approaches to management of logistics transport-distribution and industrial-economic operations.

Keywords

Logistics, environmentally friendly technologies, development.

Внедрение логистики во все уровни предпринимательской деятельности в России, ее стремительное развитие еще несколько десятилетий назад можно было с уверенностью назвать инновационным процессом.

Реалии сегодняшнего дня констатируют значимые результаты внедрения логистических технологий и стратегии в деятельность российских предпринимателей, государственных институтов, коммерческих и некоммерческих организаций. Сегодня инновационная парадигма логистических технологий переходит на новый уровень организационно-управленческого функционала, внедряя логистические решения, механизмы, технологии, стратегии, которые характеризуются высоким уровнем проявлением заботы об охране окружающей среды.

Актуальность данных изменений обусловлена десятилетиями потребительского отношения к развитию социально-экономических, и особенно промышленных процессов в мире. Человечество разрушало планету годами, но в настоящем и будущем общество обязано заботиться о сохранности естественной среды жизнедеятельности для будущих поколений. В этом процессе главенствующие позиции принадлежат государству, которое выступает инициатором всех значимых инноваций, способных привести к устойчивому развитию социально-экономических систем. Однако для эффективного внедрения зеленых технологий в жизни недостаточно лишь провоцировать позитивные изменения, необходимо оказывать соответствующую информационную и финансово-экономи-

ческую поддержку предприятиям, выступающим пионерами в данной области.

«Существует множество направлений оптимизации экодеструктивного воздействия логистической деятельности на окружающую среду. Современный потребитель отличается от стандартных представлений прошлого, он придает товарам и услугам «зеленый имидж», и в дальнейшем данное восприятие будет приобретать все большее значение и станет основным атрибутом любой продукции и тогда именно благодаря четко соответствию экологическим параметрам товар или услуга может приобрести статус премиум класса. Федеральной программой развития должны быть предусмотрены мероприятия, способные существенно изменить состояние инфраструктурных объектов юга России с экологической точки зрения, скорректировать законодательную базу. Необходимо подвергнуть изменениям правовое обеспечение непосредственно природопользования, развитие логистических технологий, вводя стандарты по защите окружающей среды и экологический аудит, обязательное внедрение экосертификатов в производство и продвижение товаров и услуг, расширение номенклатуры и повышение комплексности «зеленых» услуг. Но такие меры могут быть эффективными только в том случае, если четко определить объекты логистического воздействия, внедряя их повсеместно на каждом предприятии и осуществляя мониторинг дальнейшего организационно-управленческого функционала» [1].

Логистика, являясь системным интегратором потоковых процессов, способна непосредственно воздействовать на многогранный комплекс задач по охране окружающей среды. Внедрение экологически чистых технологий должно стимулировать процесс социальной грамотности населения в отношении бережного отношения и заботы об окружающей среде, повышая потребительскую заинтересованность в покупке экологически чистых товаров, рациональном использова-

нии природно-ресурсного потенциала, рециклинга материалов, безопасном процессе транспортировки, хранения, упаковки и иных операций.

Выявляя стимулы государственного участия, которые способны инициировать развитие зеленых технологий, на наш взгляд, следует выделить:

- рост заинтересованности предпринимательской среды к внедрению экологически чистых стандартов в производственный цикл и процессы управления цепями поставок в дистрибуции;

- как следствие субсидирование и поддержка ряда предприятий, заботящихся в окружающей среде и внедряющих зеленые технологии, которые на начальном этапе могут быть существенно затратными;

- повышение социальной ответственности бизнеса и информированности покупателей о категориальных характеристиках продукта, системы предпочтений и мер для товаров и услуг, произведенных экологически чистым способом;

- участие государства в программах нивелирования негативного воздействия на окружающую среду в отношении выбросов углекислого газа в атмосферу как доминантного последствие роста объемов автомобильных перевозок к железнодорожному транспорту, считающемуся наиболее приемлемым в плане минимизации нагрузки на окружающую среду и нарушения экологии;

- внедрение специализированных экологически чистых технологий в складскую деятельность и процессы грузопереработки товаров;

- рост заинтересованности компаний к конкурентным преимуществам использования логистических экологически чистых технологий, что выступает необходимым условием выхода на международный уровень.

Потребитель, информационная осведомленность которого возрастает вместе со стремительным развитием инновационных технологий, уже хочет быть не только экономным, но и в

первую очередь заботиться о своем здоровье. Именно поэтому зеленая логистика проецирует защиту общества, несет в себе прерогативы повышения заботы о потребителях со стороны государственного участия.

Без значимой поддержки государства внедрение экологически чистых стандартов не даст существенных положительных результатов. Ущерб от использования устаревших технологий потребления энергии, уровень отходов, которые должным образом не перерабатываются в процессе рециклинга, возрастающие характеристики выбросов углекислого газа, все это — первостепенные задачи участия государства в реализации прогрессивных технологий зеленой логистики. Используя передовые технологии, предприниматели, коммерческие и некоммерческие структуры могут существенно снизить ущерб для окружающей среды на протяжении всего цикла логистических операций.

Преимущества компании, внедряющих экологически чистые технологии очевидны, но при этом исследования практики ведущих государств, уже давно поддерживающих экологические стандарты в деятельности хозяйственных систем, свидетельствуют в пользу необходимости государственной поддержки инновационных зеленых технологий.

Внедрение инновационных методов и подходов к управлению транспортно-распределительными и промышленно-хозяйственными операциями предполагает рост государственного участия в поддержке данных технологий, в большей степени именно на начальном этапе внедрения. Логистика наделена значимым потенциалом для реализации экологического аудита от производства до конечного потребления продукции. Внедрение в жизнь проектов ресурсо- и энергосбережения, рост ответственности бизнес-структур перед обществом, контроль потоковых процессов выступают первоочередными, наиболее эффективными лейтмотивами

для решения проблем развития зеленой логистики в России.

Рост программ повышения информированности конечных потребителей, увеличение спроса на экологически чистые продукты и услуги является доминантной тенденцией текущего столетия. Формирование устойчивого сочетания социально-экономических и экологических интересов бизнеса и общества выступает основной прерогативой государственного участия в развитии фундаментальных технологий зеленой логистики.

Потребители во всем мире запрашивают продукты, способные не навредить их здоровью, учитывают полноценные характеристики не только их производства, но и складирования, транспортировки, поэтому компании, выступающие лидерами логистической деятельности, уже несколько десятилетий внедряют принципы зеленой логистики в свою деятельность.

«Проблематика развития высокотехнологичных решений в рамках отдельных секторов хозяйственного комплекса предполагает существенную корректировку в проработке экологических проблем. Анализ исследовательской практики экологически чистых технологий в области производства электроэнергии прежде всего свидетельствует об усугублении проблемы в области генерации, распределения и потребления энергии, что отражается в формате ослабления социально-экономической и экологической безопасности определенного государства. Справедливости ради отметим, что для нашей страны эта проблема еще не стала острой, так как Россия в полном объеме обеспечивает собственную территорию электроэнергией, является основным поставщиком энергии и энергоносителей в мировом масштабе. В данном вопросе существенную значимость приобретают научно-прикладные разработки логистического форсайтинга энергосистем, способного, благодаря своей насыщенной инструментальной состав-

ляющей, обеспечить возможности оптимизации и поддержания пропорций устойчивого развития социальной, экономической и экологической безопасности в отношении дальнейшего производства и потребления энергии» [7].

Экологические нормы и правила создают барьеры, которые служат заслоном для попадания вредных веществ на потребительский рынок. Именно поэтому логистические провайдеры вынуждены не только из побуждений социальной ответственности и внедрения ноу-хау, ну и из соображений экономической выгоды нести расходы на техническое обеспечение инноваций зеленой логистики. Формирование экологически чистых механизмов рыночного функционирования, стимулирующих со стороны государства в формате ощутимой финансовой поддержки и субсидирования инноваций, развитие без вреда для окружающей среды цепи поставок могут существенно продвинуть развитие зеленой логистики в России.

Библиографический список

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Green logistics in Russia: phenomenon of progress, economic and environmental security // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — Р. 13–21.

2. *Альбеков, А. У., Пархоменко, Т. В., Лопаткин, Г. А., Карасев, Д. Н., Ляхно, Ю. В., Ванюшкина, В. В., Пиливанова, Е. К., Полуботко, А. А.* Логистика : учебник. — М., 2016.

3. *Бродецкий, Г. Л., Гусев, Д. А., Елин, Е. А.* Управление рисками в логистике. — М. : Академия, 2017.

4. *Дыбская, В. В., Сергеев, В. И.* Логистика : учебник : в 2-х ч. — М. : Юрайт, 2016. — Ч. 1.

5. *Карпова, Н. П., Абрамова, Т. С., Кускова, Е. С.* Экологическое направление развития логистики // *Проблемы экономики и менеджмента*. — 2014. — № 6 (434). — С. 21–23.

6. *Омельченко, И. Н., Александров, А. А., Бром, А. Е., Белова, О. В.* Основные направления развития логистики XXI века: ресурсосбережение, энергетика и экология [Электронный ресурс] // *Гуманитарный вестник*. — 2013. — Вып. 10. — Режим доступа : <http://hmbul.ru/articles/118/118.pdf>.

7. *Пархоменко, Т. В.* Инновационные решения в зеленой логистике энергосистем // *Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)*. — 2017. — № 3 (59).

Bibliographic list

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Green logistics in Russia: phenomenon of progress, economic and environmental security // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — Р. 13–21.

2. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Lopatkin, G. A., Karasiov, D. N., Lakhno, Yu. V., Vanushkina, V. V., Pilivanova, E. K., Polubotko, A. A.* Logistics : textbook. — М., 2016.

3. *Brodetskiy, G. L., Gusev, D. A., Elin, E. A.* Risk management in logistics. — М. : Academy, 2017.

4. *Dybskaya, V. V., Sergeev, V. I.* Logistics : textbook : in 2 vol. — М. : Yurayt, 2016. — Vol. 1.

5. *Karpova, N. P., Abramova, T. S., Kuskova, E. S.* Ecological direction of development of logistics // *Problems of Economics and Management*. — 2014. — № 6 (434). — Р. 21–23.

6. *Omelchenko, I. N., Alexandrov, A. A., Brom, A. E., Belova, O. V.* Main directions of logistics development of XXI century: resource-saving, energy and ecology [Electronic resource] // *Humanitarian News*. — 2013. — Issue. 10. — Mode of access : <http://hmbul.ru/articles/118/118.pdf>.

7. *Parkhomenko, T. V.* Innovative solutions in green logistics of power systems // *Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH)*. — 2017. — № 3 (59).

Т. Н. Проконец, С. Н. Комарова

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И АНАЛИЗ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО РЕШЕНИЯ

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы моделирования покупательского поведения, определяются подходы к моделированию покупательского поведения, к которым относятся психологический, социологический и экономический. В работе рассмотрены тенденции потребительского поведения на рынке сервисных услуг. Кроме того, представлен укрупненный и детальный процесс принятия покупательского решения. Представлены модели потребительского поведения на рынке сервисных услуг.

Ключевые слова

Модели, потребительское поведение, сервисные услуги, потребители, покупательское решение, процесс.

T. N. Prokopets, S. N. Komarova

MODELING OF CONSUMER BEHAVIOR AND ANALYSIS OF PROCESS OF MAKING PURCHASING DECISIONS

Annotation

In article the questions of modeling of consumer behavior, identifies approaches to modeling consumer behavior, which include psychological, sociological and economic. Article discusses trends in consumer behavior on market of services also presents a high-level and detailed process of making purchasing decisions. Presented model of consumer behavior in market of services.

Keywords

Models, consumer behavior, services, consumers, purchasing decision process.

Ранее маркетологи изучали своих потребителей в процессе непосредственного контакта (торговой деятельности), но в связи с ростом предприятий и объемом рынка это становится достаточно сложным явлением и зачастую невозможным. На основании этого возникает вопрос об изучении факторов, которые влияют на изменения потребительского поведения.

В настоящее время потребительское общество очень быстро развивается, приближаясь к мировым стандартам обслуживания и культуре потребления. В связи с тем что основным субъектом рыночных отношений является потребитель, который формирует свое поведение и находится в постоянном состо-

янии экономического выбора, данная тенденция будет связана, прежде всего с тем, что происходит изменение стиля жизни российских потребителей, что является следствием огромного объема информации и приобретаемого опыта получения разнообразного вида продукции и услуг.

Американский автор и оратор в области футурологических исследований Джон Нейсбитт отмечает в своих исследованиях, что мы находимся между двумя видами общества: индустриальным и информационным. Катализатором процесса перехода от индустриального общества к информационному, по мнению американского исследователя, являются предприниматели, количе-

ство которых, согласно статистическим данным, с каждым годом увеличивается. По данным статистической отчетности, на январь 2016 г. в Российской Федерации было зарегистрировано 2222,4 тыс. малых предприятий, что на 3,0 % превышает показатели предыдущего года. Более того, можно отметить, что на начало января 2016 г. количество зарегистрированных малых предприятий в соответствии с аналогичным периодом 2013 г. увеличилось более чем на 20 %, наибольший рост предприятий наблюдается в таких отраслях, как: образование — на 57,1 %, здравоохранение и предоставление социальных услуг — на 36,6 % и сфера операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг — на 30,9 % [3]. Представленные данные еще раз доказывают тот факт, что с увеличением предпринимательской активности потребители имеют возможность получения разнообразных видов услуг, и вследствие этого изменяется потребительское поведение на рынке.

Американский социолог и публицист, создатель теории постиндустриального (информационного) общества Дэниел (Даниел) Белл, описывающий себя как «социалиста в экономике, либерала в политике и консерватора в культуре», выдвинул положение о том, что постиндустриальное общество характеризуется снижением промышленного производства за счет роста сферы услуг и информации [1]. Основная его идея заключается в том, что несмотря на важность технического прогресса, являющегося основным фактором, формирующим спрос на новые инновационные товары, получают свое развитие новые стандарты потребления, ориентированные не «массовое», а на индивидуальные потребности людей. В связи с этим производителям товаров и услуг необходимо уделять больше внимания не только технологиям производства, но маркетинговым стратегиям продвижения, поэтому основная задача маркетинга заключается в определении тенден-

ций изменения поведения потребителей в различные временные периоды.

Итак, необходимо отметить, что основным инструментом маркетингового исследования, а также базой для разработки и использования моделей отклика рынка и моделей для выработки маркетинговой политики выступает моделирование поведения потребителей.

Потребители представляют собой сложную социально-психологическую систему, которая обладает индивидуальными, психологическими особенностями каждого конкретного индивида. Несмотря на то что в настоящее время существует множество методик по определению потребительского поведения, однако, все они не могут дать однозначного ответа, которые могли бы объяснить и предугадать действие потребителей. В связи с этим можно говорить только об обобщенной характеристике действий покупателей с использованием моделей. Под моделью мы будем понимать упрощенное логическое, графическое или математическое описание какого-либо объекта, отображающее существенные его свойства [2].

Моделирование потребительского поведения можно представить как сочетание социальных, психологических особенностей личности, так и физиологических потребностей человека (рис. 1). Кроме этого модель потребительского поведения можно представить как совокупность личностных качеств потребителя и его потребительского опыта (рис. 2) [2]. Существует несколько подходов к моделированию покупательского поведения: психологический, социологический и экономический (рис. 3).

Таким образом, модель потребительского поведения — условный образ потребителя, созданный для изучения его поведения и разработки наиболее подходящих маркетинговых действий компании с использованием таких маркетинговых инструментов, как товарное предложение, ценообразование, реклама, стимулирование, брендинг и пр. [2].

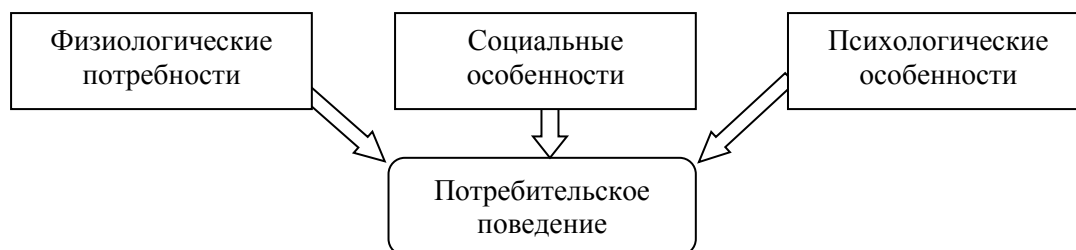


Рисунок 1 — Моделирование потребительского поведения



Рисунок 2 — Модель потребительского поведения

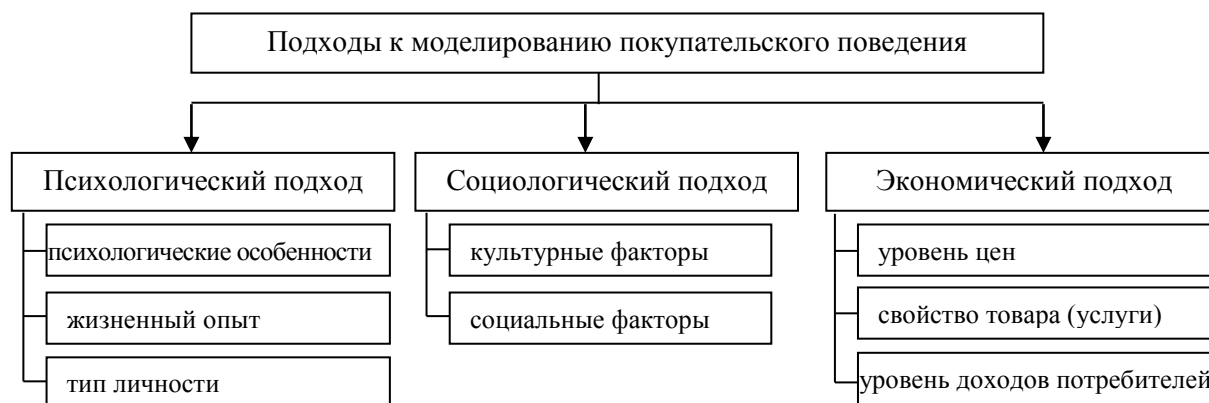


Рисунок 3 — Подходы к моделированию покупательского поведения

Сущность психологического подхода заключается в том, что в качестве определяющей роли выступают внутренние качества потребителя. Кроме того, здесь будет уделяться внимание влиянию на покупательское поведение психологических особенностей, опыта, а также типа личности потребителя. При социологическом подходе первостепенную роль занимает общественная среда, к которой принадлежит либо желает принадлежать потребитель. В данном случае рассматривается влияние культурных и социальных факторов на покупательское поведение. Экономический подход базируется на том, что потреби-

тель в своих действиях рационален и основывается на правиле «максимизации полезности». При рассмотрении данного подхода необходимо отметить, что основными влияющими факторами на поведение потребителей являются цены на услуги и доходы потребителей.

При рассмотрении существующих моделей потребительского поведения проведем оценку хода принятия решения покупателями о совершаемой покупке. Для этого представим укрупненный процесс, который можно разделить на следующие этапы: осознание потребности; анализ имеющихся предложений, осуществление покупки (рис. 4).

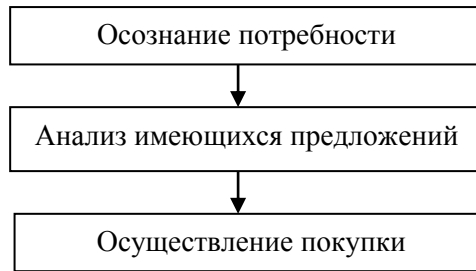


Рисунок 4 — Укрупненный процесс принятия покупательского решения

Представленные этапы принятия покупательского решения обобщенно представляют процесс принятия решения потребителями о совершаемом действии. Любой процесс начинается с осознания потребителями своих потребностей, которые в конечном счете либо

могут быть осуществлены, либо отвергнуты в процессе принятия соответствующих решений. Для более детального анализа представим схематично процесс принятия покупательского решения и факторы на него влияющие (рис. 5).

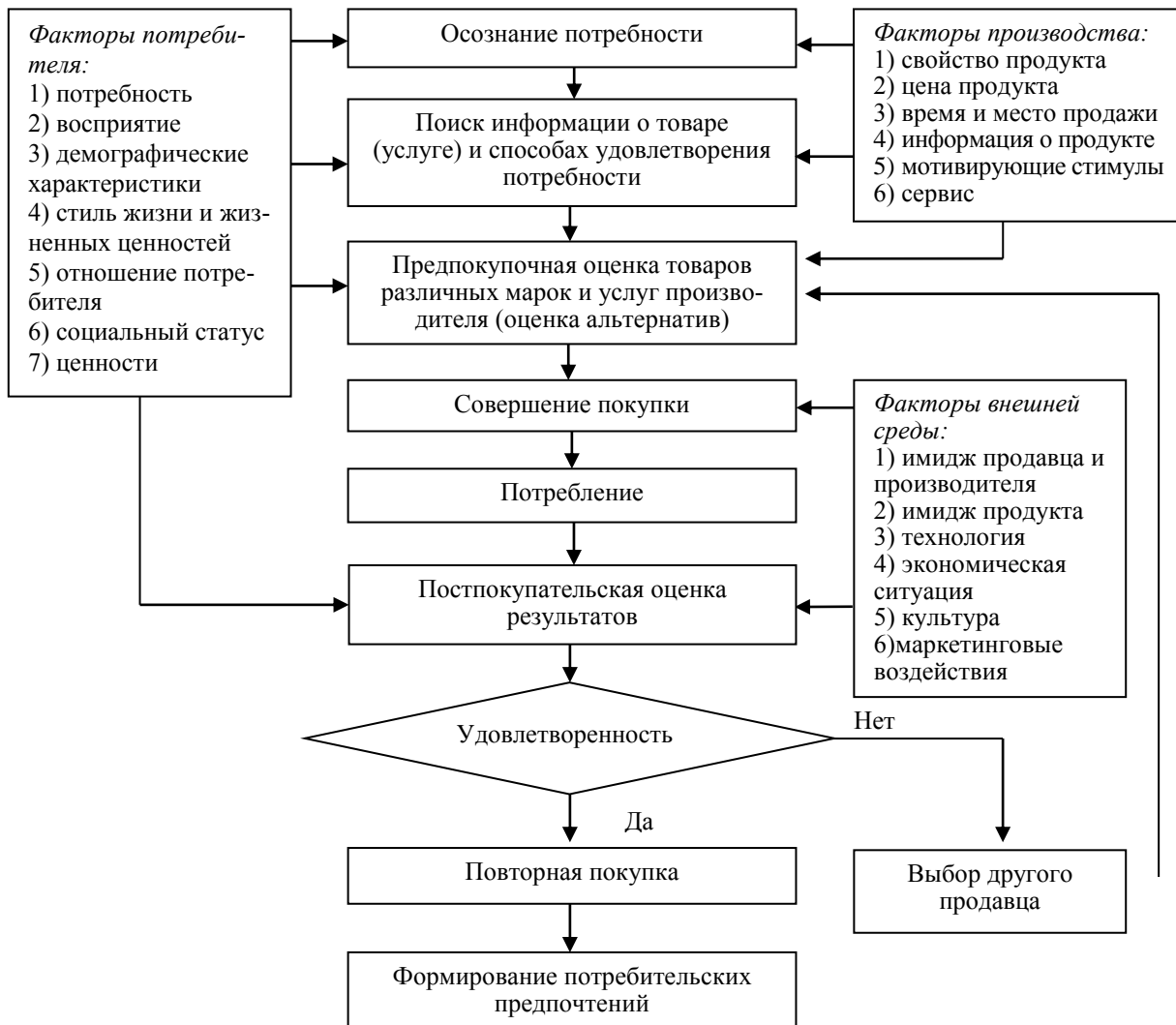


Рисунок 5 — Детальный процесс принятия покупательского решения

Итак, необходимо отметить, что на процесс определения потребностей потребителей, анализ информации о товарах (услугах) оказывают влияние как факторы потребителя (внутренние факторы), так и факторы производства (внешние факторы), которые и способствуют принятию соответствующего решения. Замотивированный на совершение покупки потребитель изучает, обращаясь к дополнительным источникам информации, анализирует имеющиеся предложения и принимает решение о покупке. На этапе оценки различных альтернативных предложений потребитель анализирует представленные ему варианты, на основании чего у него формируется индивидуальное мнение о каждом предложении. На этапе совершения покупки приобретаются интересующие товары (услуги). Следующий этап — непосредственного потребления товара (услуги). Постпокупательская оценка результатов — на данном этапе процесса принятия решения о покупке потребитель оценивает получаемую услугу. После совершения покупки потребитель либо удовлетворен получаемой им услугой (товаром), либо нет. В результате он, возможно, будет совершать повторную покупку необходимого ему товара (услуги) либо же выбирает нового продавца с аналогичными предложениями. В итоге формируется покупательские предпочтения. Важно помнить, что на каждом из этапов процесса принятия покупательского решения необходимо проводить анализ, влияющих на покупателя факторов, как внутренних, так и внешних, что позволит грамотно влиять на процесс принятия решения о совершаемой покупке.

Выделим основные сферы, определяющие тенденции современного общества потребления: поведение потребителей, конкурентное поведение, технологические тенденции и тенденции в торговых каналах [2]. По данным проведенных исследований, потребительское настроение россиян незначительно улучшилось

по сравнению с показателями 2013 г., но пока еще находится в отрицательной зоне. В докризисное время индекс потребительского поведения был на уровне 113 пунктов по России, а в III квартале 2016 г. зафиксировался на значении 85 пунктов. Кроме того, необходимо отметить, что такое положение является положительным, так как в 2015 г. и в I квартале 2016 г. он находился на 69 пунктах. Однако влияние кризиса продолжается, это находит свое отражение в рационализации расходов потребителей на продукты питания, поиске более дешевых товаров. Например, рынок бытовой техники и электроники в настоящий момент находится «на дне», вследствие чего оборот розничной торговли в России продолжает падение (на 5,6 % по результатам 2016 г.). Россияне активнее потребителей других стран интересуются фильмами (66 %, в мире — 59 %), электроникой и технологиями (60 %, в мире — 54 %) и в значительной мере больше — семьей и воспитанием детей (47 %, а в мире — 32 %). Среди других интересов большим потребительским потенциалом в России обладают путешествия (57 %) и забота о собственной внешности (45 %) [4].

Таким образом, все представленные данные наглядно демонстрируют тенденции изменения потребительского поведения на рынке, а также свидетельствуют об изменении покупательских предпочтений потребителей.

Библиографический список

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования : пер. с англ. — М. : Academia, 1999.
2. Наумов, В. Н. Модели поведения потребителей в маркетинговых системах : учеб. пособие / под ред. Г. Л. Багиева. — СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009.
3. Российский статистический ежегодник: официальные публикации [Электронный ресурс] / Федеральная

служба государственной статистики. — Режим доступа : <http://www.gks.ru>.

4. <https://iom.anketolog.ru/2016/10/28/osobennosti-potrebitel-skogo-povedeniya-rossiyan-v-2016-godu>.

Bibliographic list

1. *Bell, D.* Future post-industrial society: Experience of social forecasting. — М. : Academia, 1999.

2. *Naumov, V. N.* Behavior models of consumers in marketing systems: education guidance / ed. By G. L. Bagiyev. — SPb. : Publishing house of SPbSUEF, 2009.

3. Russian statistical year-book: official publications [Electronic resource] / Federal State Statistics Service. — Mode of access : <http://www.gks.ru>.

4. <https://iom.anketolog.ru/2016/10/28/osobennosti-potrebitel-skogo-povedeniya-rossiyan-v-2016-godu>.

P. A.-M. Ramazanov

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ФИНАНСОВОГО МАРКЕТИНГА

Аннотация

В статье представлены основы развития финансового маркетинга как комплексного инструментария управления потребительской лояльностью и искусства выявления перспективных инновационных решений, раскрыты особенности роста конкурентоспособности финансовых продуктов, рассматриваются аспекты разработки и идейной реализации инновационных банковских услуг, а также технологии дистанционного обслуживания клиентов интернет-банкинга.

Ключевые слова

Финансовый маркетинг, инновации, банковские услуги.

R. A.-M. Ramazanov

INNOVATIVE MECHANISMS AND TECHNOLOGIES OF FINANCIAL MARKETING

Annotation

Article presents the basics of development of financial marketing as integrated tool for managing consumer loyalty and art of identifying promising innovative solutions, features of growth of competitiveness of financial products are disclosed, aspects of development and ideological implementation of innovative banking services are considered, as well as technologies for remote servicing of Internet banking clients.

Keywords

Financial marketing, innovations, banking services.

Область финансового маркетинга за последние годы укрепила ключевые позиции на международном и российском рынке финансовых продуктов. Маркетинговая специализация управле-

ния банковскими услугами фактически обеспечивает тот факт, что последние являются непосредственно востребованными, повышает конкурентоспособность финансовых продуктов и способ-

ствует адаптации банковских услуг под непосредственным воздействием запросов потребителей, в зависимости от изменения внутренних и внешних факторов рынка.

«Современное конкурентное преимущество, обеспечиваемое при помощи финансового маркетинга, — это вопрос знаний и навыков. Они формируются местными институтами, местными ценностями, местными поставщиками, местными потребителями. Можно выделить три источника конкурентного преимущества: преимущество издержек; дифференциация продукции; выгодные сделки» [3].

Традиционные механизмы и технологии влияния на потребительскую активность, способы ее инициации и выявления скрытых мотивов потребителей финансовых услуг, плотно внедрены в российскую практику деятельности банковского сектора за последние десятилетия. Конкуренция среди банковских учреждений, разряженная Центробанком в связи с отзывом лицензии значительного числа финансовых учреждений, с появлением последнего кризиса, начинает обостряться снова с каждым годом. На рынке реализации финансовых продуктов ориентация на массовый спрос приводит к повышению роли финансового маркетинга. Так, способствуя повышению потребительской заинтересованности, финансовый маркетинг направлен на получение количественных и качественных, пропорционально возрастающих дивидендов, сконцентрированных на непосредственном получении прибыли, но главным образом, направленных на формирование устойчивой клиентской базы, разумного, научно обоснованного сегментирования рынка, выявления наиболее перспективных для деятельности рыночных ниш.

Стратегии и методы финансового маркетинга разнообразны, но все они имеют своей целью разработку инновационных продуктов, способных в не-

стабильной экономической среде стать своеобразной базой для развития программ стабильности.

Финансовый маркетинг — это не только комплексный инструментальный управления потребительской лояльностью на рынке банковских услуг, но и искусство выявления перспективных инновационных решений, способных обеспечить устойчивый рост продаж в виде высоких объемов и образования высоко конкурентных предложений.

Стратегии и формы ценовой конкуренции учитывают показатели последних исследовательских разработок, которые свидетельствуют о том, что более 85 % населения в мире уже являются непосредственно вовлеченными в банковский сектор, с одной стороны, выступая инвесторами, с другой стороны, являясь заемщиками средств.

Управление маркетинговой деятельностью в рамках финансового сектора — это своего рода философия эффективного бизнеса, поэтому необходимо учитывать не только реальные и потенциальные доходы, но и статьи затрат, возникающих в процессе доведения банковского продукта до реальных потребителей.

Таким образом, одной из основных целей финансового маркетинга выступает исследование рынка и анализ новых сегментов, частей рынка, заинтересованных в традиционных и инновационных услугах. Даже одновременно на финансовом рынке субъект может выступать как продавец и как покупатель, о чем свидетельствует обширная практика реализации системного подхода к управлению финансовыми активами.

Направления маркетинговой деятельности на финансовом рынке предполагают знание его законов, тенденции и факторов развития, а также многосторонний анализ показателей ликвидности, доходности денежных ресурсов, уровней и степеней риска. Исследование показателей спроса, состояния и

тенденций развития внутренней и внешней среды финансового рынка приводит нас к обоснованному мнению в пользу анализа определенных разновидностей спроса: скрытого, импульсивного и стабильного.

В зависимости от разновидности спроса, к определенным адекватным данным критериям группам потребителей могут быть применены схожие меры воздействия, а также инструментарий рекламной активности, адаптированный под нужды психофизиологических реакции целевых сегментов.

Финансовый маркетинг, основанный на прогнозировании банковской среды и сценарных проектов развития, ориентирован на стабилизацию спроса, что предполагает нацеленность на конкретные, типовые группы. Далее в процессе маркетингового анализа рыночной среды и классификации спроса необходимо определить целевые характеристики для получения наиболее высоких дивидендов и выделить параметры неудовлетворенного спроса, а к указанным ранее трем категориям следует прибавить параметры спроса на финансовые продукты, которые необходимы покупателю, но в полной мере или в целом не представлены на рынке.

Таким образом, инициируется развитие, разработка и идейная реализация инновационных банковских услуг. Также необходимо отметить, что следует адаптировать существующую систему распределения банковских продуктов к инновационным запросам рынка и показателям скрытого и неудовлетворенного спроса. Если же это невозможно, следует организовывать дополнительные каналы продаж, адаптируя их к зонам концентрации потенциальных покупателей.

Гибкое приспособление к запросам рынка предполагает эффективную реализацию финансовых активов. Проявляя творческую инициативу, наиболее выдающиеся представители банковского сектора приходят к выводу о необходи-

мости расширения спектра финансовых услуг, классифицируя их на обыкновенные и привилегированные сегменты, что по сути не является инновационным решением, но при этом такие мероприятия, наделенные новаторскими решениями в рекламном обеспечении, могут существенно увеличить объемы продаж финансовых услуг и активов.

Следует отметить, что в данном направлении необходимо рассматривать четкую последовательность этапов жизненного цикла финансового продукта, на этой основе разрабатывать и выводить на рынок новые предложения, когда востребованность уже существующих еще не стала существенно уменьшаться. Таким образом, финансовый маркетинг позволит сохранить не только максимальный уровень отвлеченного капитала, но и увеличивать его оборачиваемость и, соответственно, характеристики кумулятивного дохода. С данной точки зрения интересны параметры, которые характеризуют комплексный показатель доходности хозяйствующего субъекта. Рассмотрим их более подробно.

«Цена хозяйствующего субъекта складывается под воздействием 3 факторов: чистой прибыли, размера банковского процента за кредит, балансовой стоимости активов хозяйствующего субъекта. Она определяется по формуле:

$$Ц = П / i - А,$$

где Ц — цена хозяйствующего субъекта, руб.;

П — годовая чистая прибыль, руб.;

i — размер банковского процента в долях единицы;

А — балансовая стоимость активов, руб.» [4].

Основной организационно-функциональной необходимостью в развитии финансового маркетинга является потребность в сборе полезной и адекватной информации, которая в силу своей достоверности является частью маркетинговых исследований. Полноценно воздействуя на весь процесс расширения и удержания

активного присутствия и своей рыночной доли, финансовое учреждение со временем приходит к необходимости введения целевого маркетинга, характерной чертой которого выступает воздействие не на весь рынок в целом, а сконцентрированность на определенном целевом сегменте как его части, наиболее интересной для деятельности.

Финансовый маркетинг, о чем свидетельствуют обширная мировая и российская практика гарантирует увеличение уровня рентабельности. «Однако до сих пор многие коммерческие банки не уделяют должного внимания маркетинговой политике. Они сокращают расходы на маркетинг до минимума и не занимаются финансированием этих направлений. Различия в расходовании средств на маркетинг у коммерческих банков и компаний, которые производят товары массового потребления, колоссальные, и составляют соответственно 2 % и 15 % от общих издержек».

На современном этапе понятие финансового маркетинга включает такие основные компоненты, как:

- поиск потенциальных и существующих рынков для реализации банковских продуктов и услуг;
- выявление сфер, в которых будет наиболее выгодно предоставлять банковские услуги, а также определение потребностей в этой сфере у клиентов;
- формирование конкретных целей для внедрения, развития и создания услуг нового вида как на долгосрочный, так и краткосрочный период;
- привлечение внимания к получению банковских услуг, с условием его постоянного контроля над качеством предоставления этих услуг, а также получения от них дохода» [5].

«Решение поставленных задач следует осуществлять на основе применения общенаучных методов исследования, включающих: системный подход в интерпретации экономической действительности, анализ экономической

среды и синтез полученных данных, сравнительный и функциональный анализ, а также табличный и графический методы, приемы экономических исследований в части методик оценки потенциала производства и предложения продукции, прогнозирования спроса, специфические методы маркетинговых исследований: полевые (опросы потребителей, фокус-группы, методы экспертных оценок) и кабинетные» [1].

Естественно, введение маркетингового инструментария в деятельности субъектов финансового рынка предполагает адаптацию индивидуальных стратегий и целевых ориентиров развития к изменениям запросов конечных клиентов. Это общемировая тенденция развития рыночного поля, следование которой подтверждает свою эффективность благодаря технологиям дистанционного обслуживания клиентов интернет-банкинга. Таким образом, эти технологии вносят инновационные возможности реализации финансовых продуктов для роста прибыли, ликвидности и других показателей эффективности.

Библиографический список

1. *Bondarenko, V. A., Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V., Guzenko, N. V.* Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — Р. 105–116.
2. *Ерохина, Т. Б.* Современная модель поведения российских потребителей: новые условия и поведенческие привычки // *Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)*. — 2016. — № 1 (53). — С. 34–38.
3. *Мухина, С. А.* Финансовый маркетинг и его роль в развитии страны. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : scientifictext.ru/images/PDF/2016/DNO-7...marketing...

4. Система профильного тестирования — Маркетинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: marketing.spb.ru/МаркетингМенеджмент/Учебныйкурсмибиф/1/index1.htm.

5. *Стыцук, Р. Ю., Скульский, В. Г.* Зарубежный опыт формирования лояльности потребителей финансовых услуг. — М.: Научные труды Вольного экономического общества, 2013. — Т. 179.

Bibliographic list

1. *Bondarenko, V. A., Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V., Guzenko, N. V.* Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — P. 105–116.

2. *Yerokhina T.B.* Modern behavior model of Russian consumers: new conditions and behavioural habits // *Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH)*. — 2016. — № 1 (53). P. 34-38.

3. *Mukhina, S. A.* Financial marketing and its role in development of country [Electronic resource]. — Mode of access : [scientifictext.ru>images/PDF/2016/DNO-7...marketing...](http://scientifictext.ru/images/PDF/2016/DNO-7...marketing...)

4. Profile testing system — Marketing [Electronic resource]. — Mode of access : marketing.spb.ru/МаркетингМенеджмент/Учебныйкурсмибиф/1/index1.htm.

5. *Stytsyuk, R. Yu., Skulskiy, V. G.* Foreign experience of forming loyalty of consumers of financial services. — М.: Scientific works of Free Economic Society, 2013. — Т. 179.

Г. И. Саввиди

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В РОССИИ

Аннотация

В статье охарактеризованы инновационные технологии и механизмы маркетинга; представлены перспективы управления маркетинговой деятельностью; раскрыто содержание инструментария, позволяющего расширить охват покупателей и стратегий, призванных максимизировать релевантность маркетинговых подходов, основанных на научно-исследовательской деятельности; проанализированы исследования персональных запросов потребителей.

Ключевые слова

Маркетинг, исследования, инновации, развитие.

Г. И. Саввиди

PROBLEMS AND PROSPECTS OF MARKETING DEVELOPMENT IN RUSSIA

Annotation

Article describes innovative technologies and marketing arrangements; perspectives of managing marketing activities; disclosed content tools, allowing customers to expand the scope and strategies to maximize the relevance of marketing approaches based on scientific-research activity; research of personal inquiries of consumers is analyzed.

Keywords

Marketing, research, innovation, development.

Теоретические основы и перспективные направления развития маркетинговых концепций на протяжении последних десятилетий являются ориентиром рыночного лидерства и позволяют значительно увеличить эффективность деятельности компании, улучшить конкурентные позиции, прогнозировать изменения рынка и проектировать реакцию на негативные проявления внешней среды. Маркетинг с каждым годом упрочняет свои позиции, доказывая необходимость и эффективность в достижении амбициозных рыночных планов как небольших организаций, так и глобальных корпоративных структур.

Управление маркетинговой деятельностью, основанное на уникальных стратегиях и технологиях, альтернативных механизмах и других ключевых результативных характеристиках, на результатах исследовательской практики, способно открыть новые горизонты для компаний любого уровня.

Новые тренды маркетинга предполагают персонализацию потребителя, четкую аналитику инновационных решений, проработку социальных активов, глобальное развитие интернет-технологий и практики электронных продаж, основанных на взаимодействии через специально сформированные каналы связи. Современному потребителю необходимо получать двустороннюю связь с организацией, на товаре или услуге которой он останавливает свой выбор. Персонализированные сообщения или разговор с чат-ботом уже достаточно плотно внедрены в практику маркетинговых решений.

Маркетинг взаимоотношений как элемент эффективной стратегии по-прежнему является актуальным, наиболее востребованным инструментарием в практике организации продаж. Оптимальные форматы информационной доступности электронные каналы связи получают в современном сетевом пространстве через социальные сети, такие

как Facebook и другие, релевантные для распространения информационных сообщений. В данном ракурсе интересна статистика американских компаний, согласно которой покупатели определяют наличие странички компании в социальных сетях как доминантный признак доверия. Фактически потребители могут с большей активностью приобретать товары, которые представлены в Facebook. Показатели маркетинговых исследований демонстрируют статистику, которая свидетельствует, что 75 % активных потребителей обращают на это внимание и даже декларируют, что это является основным критерием при выборе продукта или услуги.

Мобильный маркетинг набирает обороты с каждым годом, так как устройств, подключенных к Интернету, достаточно много по всему миру: по данным официальной статистики — более миллиарда. В данном контексте интересна для исследования современная стратегия продвижения в маркетинге, ориентированная на успех в бизнесе.

«Современная маркетинговая стратегия продвижения бизнеса: See – Think – Do – Care.

На этапе See мы охватываем наиболее широкую и максимальную целевую аудиторию, которая в принципе есть.

На этапе Think мы охватываем аудиторию, которая уже думает о покупке и выбирает среди каких-то вариантов.

На этапе Do работаем с аудиторией, которая уже приняла решение покупать.

Этап Care — коммуникация с существующей клиентской базой, которая уже 2–3 раза приобрела наши продукты».

Данная стратегия позволяет расширить охват покупателей и персонализировать подход к каждому сегменту, который необходим при работе с возрастающей аудиторией и формирования эффективных коммуникаций с уже существующей клиентской базой. Развитие интегрированных маркетинговых коммуникаций дополняется релевант-

ностью научных исследований, именно поэтому сегменты становятся все уже, а исследования их запросов расширяются, для того чтобы преодолеть или минимизировать разрыв между организацией и ее потребителями. На практике именно данный дисбаланс существенно ограничивает эффективность маркетингового воздействия, поэтому барьеры необходимо нивелировать, изменяя свой подход ключевым потребителям и переходя к сетевому взаимодействию с ним.

«В научно-методологическом осмыслении перспектив развития брендинга экотехнологии обеспечивают ведущие позиции только тем товарам, которые обеспечивают здоровье потребителям и охрану окружающей среды. Российский потребитель не всегда ожидает такого рода защиты, заботы о нем в процессе потребления товара или услуги, но ощущая ее, испытывает повышенную удовлетворенность». На практике никто не отменял существование ценовой конкуренции, но при этом не следует забывать о целесообразности налаживания двустороннего контакта с потребителем. Конкурентоспособность организации на определенном этапе их жизненного цикла не должна основываться лишь на соблюдении относительно невысоких ценовых категорий и надбавок, необходимо донести до сознания клиентов всю социально-этическую значимость деятельности. Следует подчеркнуть не только социальные мотивы деятельности компании, но и значимость для нее каждого клиента, его вкусов и предпочтений.

Зачастую компании, которые специализируются на создании сетевых форматов, интегрируют благодаря устойчивым системам управления гибкие каналы многосторонних взаимодействий. Крупные корпорации уже научились управлять связями с клиентами, однако не все они понимают главенствующую роль потребителя. Необходимо не только обращаться к нему, следует предоставить ему инициативу для

построения взаимодействия, формируя маркетинговую экосистему, избегая стандартных решений в коммуникации.

Еще одним инновационным решением является формирование общих брендов, что происходит также в результате исследования запросов потребителей. Наглядным примером таких решений выступает разработка и выпуск в серийное производство спортивной одежды, адаптированной и приспособленной под мобильные устройства. По сути это абсолютно разные компании, которые объединили потребности клиентов, использовали их для того чтобы увеличить объем продаж, что на практике приносит значимые результаты. Развиваются и стратегии, призванные максимизировать релевантность маркетинговых подходов, основанные на научно-исследовательской деятельности и выборе наиболее действенных механизмов изучения запросов покупателей.

Повысить эффективность маркетинга возможно минимизируя стереотипы в деятельности маркетологов и торговых представителей, профессиональное обеспечение организационно-функционального менеджмента которых должно строиться на формировании долгосрочных прогнозов, мониторинге внешней и внутренней корпоративной структуры предприятий, проведении необходимых экспериментальных разработок.

Факторы и мотивы покупательского поведения должны быть исследованы досконально, но стоит отметить, что, к сожалению, маркетинг в российских реалиях часто воспринимается двойственно, то есть должен существовать по факту, но инвестировать в исследования и расширение экспериментальной базы, которые необходимы для его успешной работы, зачастую представители отечественных бизнес-кругов не считают нужным. И хотя с каждым годом теоретико-методическое обеспечение маркетинга существенно увеличивается, выпускается много новой научной литературы, в рамках образовательного про-

цесса существуют специальные программы, появляются объединения и ассоциации специалистов, которые могут принести реальную выгоду компании, этого недостаточно. Возможно из-за недостатка финансового обеспечения или из-за нехватки опыта российская действительность отчасти ставит эффективность маркетинга под вопрос. Действительно, найти квалифицированного специалиста-маркетолога достаточно сложно, и поэтому низкая отдача от работы отделов маркетинга напрямую связана с последующим минимальным финансированием данных разработок.

«Еще одна очень весомая проблема, мешающая внедрению маркетинга в нашей стране, с особой силой проявлялась на первых этапах становления рыночной экономики, но и сейчас продолжает оказывать крайне негативное воздействие — это монополизация во многих отраслях отечественной экономики, особенно в сфере энергетических и сырьевых ресурсов. Такой монополизм находит отражение в навязывании потребителю различного рода продуктов, товаров или услуг, необходимых для жизни, по завышенным ценам. При отсутствии выбора, крайне слабой законодательной базы, защищающей интересы потребителей, люди поставлены в абсолютную зависимость от организаций, которые предоставляют данные товары. Таким организациям не нужен маркетинг, они и без него легко реализовывают продукцию по очень высоким ценам». Но за последние годы российский рынок, даже в части монопольных отраслей, существенно изменяется, повышается конкурентоспособность отечественных товаров и услуг, растут методы и формы ценовой и неценовой конкуренции, совершенствуется товарная и ассортиментная политика, дифференцируются управленческие подходы, что свидетельствует о необходимости использования и дальнейшего развития маркетинга.

На самом деле не существует общих стандартных рекомендаций и уни-

фицированных подходов, которые позволили бы существенно повысить эффективность работы каждой организации, вне зависимости от ее специализации и объемов деятельности. За последние годы, как мы уже упоминали ранее, стремительное развитие получили интернет-технологии в маркетинге, забота о потребителе трансформируется в концепцию социально-этического маркетинга, а рекламные стратегии становятся все инновационнее, что позволяет достигать лучших результатов.

Уникальность исследования персональных запросов потребителей приводит к тому, что на рынке появляются продукты, индивидуализация которых предполагает повышение желания покупателя приобрести определенный товар (например персонализируемые продукты компании Coca-Cola, которые выпускаются с именами, побуждая приобрести баночку напитка именно со своим именем). Индивидуальный маркетинг, разработанный для конкретного товара или услуги, — это еще один востребованный и оригинальный метод продаж.

Динамичный образ жизни современного потребителя предполагает адаптацию рекламных стратегий под мобильные системы и устройства, развивается видео-реклама, визуализируются контент и фирменных девайсов, для того чтобы предоставить потребителю качественное и удобное воспроизведение сообщения. Совершенствуется фирменный стиль, системы брендинга, развиваются интегрированные системы коммуникации, что позволяет организациям стать более узнаваемыми. Однако среди всего многообразия инновационных технологий и механизмов продвижения существуют определенные формы маркетинга, актуальность которых не уменьшается с течением времени. Непосредственно это касается ценностного маркетинга, согласно которому необходимо подчеркивать конкурентные преимущества товара, делая упор на одном-двух наиболее значительных.

В итоге следует отметить, что за последние годы эффективность маркетинга уже не раз ставилась под вопрос, но при этом современные методы формирования имиджа организации и разработка грамотных, научно выверенных программ продвижения и определенная часть завуалированного маркетинга, маркетинговые исследования как часть теоретико-методического обеспечения, всегда приносили заинтересованным в успехе рыночным игрокам желаемый результат.

Библиографический список

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Green logistics in Russia: phenomenon of progress, economic and environmental security // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — Р. 13–21.
2. *Баззел, Р. Д., Кокс, Д. Ф., Браун, Р. В.* Информация и риск в маркетинге. — М. : Финстатинформ, 2015.
3. *Горбатов, С. А.* Проблемы российского маркетинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа : ekonomika.snauka.ru/2014/10/6006.
4. Инновационная маркетинговая стратегия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: 5sfer.com/...innovatsionnaya...see-think-do...2017.html.
5. *Котлер, Ф.* 10 смертных грехов маркетинга. Важнейшие заповеди успе-

ха на современном рынке. — М. : СПб. : Нева, 2017.

6. *Шонесси, Дж.* Конкурентный маркетинг. Стратегический подход. — СПб. : Питер, 2017.

7. *Эванс, Дж. Р., Берман, Б.* Маркетинг. — М. : Экономика, 2015.

Bibliographic list

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Green logistics in Russia: phenomenon of progress, economic and environmental security // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — Р. 13–21.
2. *Bazel, R. D., Cox, D. F., Brown, R. V.* Information and risk in marketing. — М. : Finstatinform, 2015.
3. *Gorbatov, S. A.* Problems of Russian marketing [Electronic resource]. — Mode of access : ekonomika.snauka.ru/2014/10/6006.
4. Innovative marketing strategy [Electronic resource]. — Mode of access : 5sfer.com/...innovatsionnaya...see-think-do...2017.html.
5. *Kotler, F.* 10 Deadly Sins of Marketing. Most important commandments of success in current market. — М. : SPb. : Neva, 2017.
6. *Shaughnessy, J.* Competitive marketing. Strategic approach. — SPb. : Peter, 2017.
7. *Evans, J. R., Berman, B.* Marketing. — М. : Economics, 2015.

Е. В. Шелепова

KIDBRANDING КАК МЕТОДИКА ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЕТСКИХ БРЕНДОВ

Аннотация

Статья представляет разработанную с опорой на существующие модели брендинга методику проектирования детских брендов «Kidbranding». В качестве этапов методики выделены исследовательский этап, этап целеполагания, на котором определяются миссия и цели детского бренда, два концептуальных этапа, на одном из которых делается акцент на детский товар при разработке концепции, идентичности (индивидуальность), личности (характер бренда), образа (имиджа) детского бренда, на другом — на

потребителей/покупателей детского товара. Результатом этапа проектирования является разработанная форма и торговая одежда потенциального детского бренда, зафиксированные в брендбуке. На следующем этапе определяется место потенциального детского бренда на рынке (позиционирование, дифференциация) и в архитектуре существующих брендов предприятия. Этап вывода и продвижения потенциального бренда на рынок должен обязательно заканчиваться оценкой реализованного детского бренда. Мониторинг и оценка детского бренда может предопределить наступление следующего этапа, связанного с ребрендингом, рестайлингом, ренеймингом, реновацией, репозиционированием, римейком детского бренда.

Ключевые слова

Детские бренды, детский брендинг, проектирование потенциальных детских брендов, методика «Kidbranding».

E. V. Shelepova

KIDBRANDING AS METHODS FOR KID'S BRANDS DESIGNING

Annotation

Article represents the children's brands` designing methodology called «Kidbranding», developed with the existing branding models support. methodology is divided into such stages as research stage, goal-setting stage, on which the children's brand mission and goals of are defined, then two conceptual stages, one of which focuses on children's goods in conceptualization, identity (individuality), personality (brand character), image of children's brand, on other — on consumers / buyers of children's goods. Result of design phase is developed form and trade clothing of a potential children's brand, fixed in brand book. Next stage determines the possible market position for the children's brand (positioning, differentiation) and in architecture of existing brands of the enterprise. Stage of conclusions and promotion of a potential brand to market should be finished with an evaluation of the embodied child brand. Monitoring and evaluation of children's brand can predetermine the next stage associated with its rebranding, restyling, renaming, renovation, repositioning and/or remake.

Keywords

Kid's brand, kid's branding, potential kid's brands designing, «Kidbranding» methods.

Кроме определения понятий, разработки типологии/классификаций детских брендов, описания функций, важным дискутируемым вопросом является проблема их проектирования. С этой точки зрения важно определить составляющие бренда, этапы проектирования и распределение составляющих бренда в соответствии с этапами разработки бренда. В научной и практической литературе, посвященной этому вопросу, подобного рода методики называются моделями бренда. Некоторые коммуникационно-маркетинговые агентства патен-

туют такие модели, и они становятся инструментом продвижения агентства. К наиболее известным моделям можно отнести «колесо бренда» (Bates Worldwide) [1], модель «4D Брендинг» Т. Гэда [2], модель бренда JWT-групп [3], пирамиду сущности бренда от образовательного проекта «Альянс Медиа» [4] и др.

Анализ информации, которую транслируют детские бренды на корпоративных сайтах, в брендбуках, а также анализ разработок агентств, которые специализируются на проектировании брендов, в том числе и детских, показывает,

что в настоящее время не существует общепринятых стандартов построения брендов и хотя бы минимального обязательного набора концептуальных элементов бренда, которые нужно смоделировать. Как правило, при разработке бренда на практике все усилия сосредоточены вокруг материальных элементов: фирменного стиля, дизайна упаковки, мест продажи, стратегии продвижения, которые опираются на минимальный набор концептуальных элементов, например, разработанную креативную концепцию и позиционирование потенциального бренда [5]. Вместе с тем проработанность, продуманность концептуальной части во многом предопределяет качество проектирования потенциального бренда в целом. Таким образом, задачу определения минимального набора концептуальных и формальных компонентов, обязательных при разработке потенциального детского бренда, можно назвать актуальной. Кроме того, важной задачей является разработка стандартов построения брендбука — документа, в котором фиксируются все формальные и содержательные компоненты потенциального бренда. Разработка брендбука должна быть обязательной составляющей планирования потенциального детского бренда.

Разработанная методика «Kidbranding» опирается на сравнительный анализ существующих моделей брендинга: «колеса бренда» (Bates Worldwide) [1], модели «4D Брендинг» Т. Гэда [2], модели бренда JWT-групп [3], пирамиды сущности бренда от образовательного проекта «Альянс Медиа» [4], вторичные кабинетные исследования мирового рынка детских товаров, первичные исследования потребителей детских товаров, реализованные с помощью методов ассоциативного эксперимента, опроса, ранжирования, направленных на описание восприятия потребителями детских брендов, структурно-семантический анализ сайтов, представляющих детские

бренды, описательно аналитические исследования детских брендов.

Анализ моделей, пирамид, методик, технологий построения бренда, а также брендбуков различных брендов показывает, что их элементами, структурными составляющими, этапами проектирования могут быть следующие компоненты: концепция бренда, инсайт бренда, миссия бренда, цель бренда, позиционирование бренда, суть (сущность) бренда, стиль бренда, архитектура бренда (система брендов), видение бренда, ценности бренда, выгода бренда, преимущества бренда, образ бренда, личность бренда, индивидуальность бренда, характер бренда, измерение бренда, польза бренда, модель бренда, колесо бренда, бренд-код, товарный знак, знак обслуживания, знак происхождения товара, товарная марка, айдендика бренда, фирменный стиль бренда, бренд-менеджмент, брендбук (brand book), гайдлайн (guide line), сила бренда, стоимость бренда и др.

Представим набор концептуально-идеальных, содержательных компонентов детского бренда, их формальных, материальных репрезентант, а также примерную рекомендуемую последовательность этапов их проектирования.

Опорной информацией, которая является основой для принятия решений в процессе построения бренда, являются результаты исследования рынка, брендов-конкурентов, покупателей, потребителей и целевых аудиторий бренд-коммуникаций. Процесс запуска брендинга может осуществляться на разных этапах, например, бренд может формироваться уже тогда, когда товар с его ингредиентами, рецептом, вкусом, цветом, запахом, например, молочная смесь для кормления младенцев, уже существует. Другой вариант: частью брендинга может стать процесс разработки продукта, в процессе принятия решений о рецептуре, вкусе, запахе, цвете мо-

лочной смеси может участвовать маркетолог и бренд-менеджер.

Инструмент, который мы предлагаем для использования в сфере бренд-менеджмента детских брендов, — это методика «Kidbranding». Представим этапы проектирования потенциального детского бренда в соответствии с методикой «Kidbranding».

1. Исследовательский этап: изучение свойств бренда: материальные, физические, технологические свойства бренда, которые потенциально могут быть привлекательными для потребителя, покупателя, целевой аудитории коммуникаций бренда. Поиск инсайта бренда — проблема, связанная с реализацией желаний потребителя, которую может решить детский бренд.

2. Этап целеполагания: определение миссии бренда — описание смысла существования детского бренда, разработка цели бренда — комплекса социально-экономических координат, к которому стремится детский бренд.

3. Проектирование концептуальных составляющих (содержания) потенциального детского бренда с акцентом на детский товар: концепции бренда, идентичности (индивидуальность) детского бренда, личности (характер бренда), образа (имиджа).

4. Проектирование концептуальных составляющих (содержания) потенциального детского бренда с акцентом на потребителей / покупателей детского товара: обещание бренда (выгода, преимущество, польза, ценность) — ограниченный набор функциональных, эмоциональных, психологических и социальных выгод детского бренда, которые потенциально будут важны / востребованы покупателями / потребителями; атрибуты бренда — набор планируемых для детского бренда ассоциаций потребителей, которые должны быть связаны с брендируемым товаром.

5. Проектирование формы потенциального детского бренда: айдентики

(фирменный стиль) детского бренда — набор материальных констант, репрезентирующих детский бренд в коммуникациях и в процессе покупки и потребления (имя бренда, логотип, товарный знак, знак обслуживания, происхождения товара, слоган, цвет, шрифт, блок, персонаж, постоянный коммуникант, элементы детского товара, медиастандарты и коммуникационные стандарты), торговой одежды детского бренда — упаковки, экстерьера и интерьера мест продажи, мерчандайзинга; брендбука (brand book), гайдлайна (guide line) — основного документа, используемого в бренд-менеджменте, который фиксирует идеальные и материальные составляющие детского бренда, служит руководством по их использованию, способствует формированию детского бренда, обеспечивает его целостность, устойчивость и развитие.

6. Определение места потенциального детского бренда на рынке и в архитектуре существующих брендов предприятия: позиционирование бренда — определение позиции детского бренда по отношению к брендам-конкурентам в рамках товарной категории, дифференциация бренда по отношению к конкурентам, в рамках системы маркетинг-микс, разработка архитектуры детских брендов предприятия.

7. Вывод и продвижение потенциального детского бренда на рынок: разработка стратегии продвижения детского бренда — комплекса решений, объединяющего концепцию детского бренда, коммуникационную и креативную стратегии, направленного на трансформацию потенциального бренда в реальный детский бренд, проектирование системы бренд-менеджмента — системы управления проектированием и продвижением детских брендов, использующей маркетинговые принципы и методы.

8. Оценка реализованного детского бренда:

8.1. Оценка эмоционально-психологической и коммуникационной составляющей детского бренда.

8.2. Оценка социально-экономической составляющей детского бренда.

9. Разработка решений о дальнейшем функционировании детского бренда: ребрендинг, рестайлинг, ренейминг, реновация, репозиционирование, римейк.

Значение представленной методики «Kidbranding» состоит в следующем:

- выделены этапы брендинга детских товаров;

- выделены элементы брендинга детских товаров с распределением их в соответствии с этапами;

- выделены элементы брендинга детских товаров с распределением их в соответствии с характеристиками «содержательный элемент» / «формальный элемент»;

- описаны для каждого этапа элементы и участники рынка, на которых нужно ориентироваться при принятии решений на каждом этапе;

- зафиксирована последовательность разработки концептуальных и формальных элементов потенциального бренда для каждого из этапов.

Разработанная автором методика «Kidbranding» может быть использована в качестве основы для проектирования технологической схемы планирования потенциальных детских брендов в коммуникационных агентствах, специализирующихся на брендинге, а также предприятиями, планирующими выпуск детских брендов самостоятельно.

Библиографический список

1. Bates Worldwide [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.bates.com>.

2. Гэд, Т. 4D брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики». — СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2001.

3. Walter, J. Th. Worldwide [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.jwt.com>.

4. Альянс Медиа [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://businesslearning.ru/EndRedir.asp>.

5. Брендинговое агентство Depot WPF [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.depotwpf.ru/portfolio>.

Bibliographic list

1. Bates Worldwide [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.bates.com>

2. Gad, T. 4D Branding: Cracking the Corporate Code of Network Economy. — SPb. : Stockholm economics school, 2001.

3. Walter, J. Th. Worldwide [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.jwt.com>.

4. Alliance Media [Electronic resource]. — Mode of access : <http://businesslearning.ru/EndRedir.asp>.

5. Branding Agency Depot WPF [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.depotwpf.ru/portfolio>.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

К. М. Абубакаров

О СТАНОВЛЕНИИ И РАЗВИТИИ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО КОНТРОЛЯ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Аннотация

В статье исследуются эволюция системы корпоративного контроля, факторы выбора оптимальной структуры системы внутреннего контроля в российских компаниях, а также предложены конкретные пути формирования эффективной системы корпоративного контроля.

Ключевые слова

Корпоративный контроль, акционеры, органы управления, совет директоров, менеджеры, корпоративный секретарь, общее собрание акционеров, кодекс корпоративного поведения.

К. М. Abubakarov

ABOUT FORMATION AND DEVELOPMENT OF CORPORATE CONTROL SYSTEM IN RUSSIAN COMPANIES

Annotation

Article examines the evolution of corporate control system, the factors that determine the optimal structure of the internal control system in Russian companies, and suggests specific ways to form an effective system of corporate control.

Keywords

Corporate control, shareholders, management bodies, board of directors, managers, corporate secretary, general meeting of shareholders, code of corporate conduct.

Корпоративный контроль и последовавшие за ним проблемы возникли в России после проведения приватизации. В одночасье ставшие собственниками лица не имели должного акционерного опыта, что повлекло за собой злоупотребления со стороны управляющих и многократные акты передела собственности. Размытая структура акционерной собственности слабо способствовала установлению жесткого контроля за компаниями, ее концентрация со временем усилила возможности построения системы корпоративного контроля в стране.

Пониманию сущности корпоративного контроля способствовали, прежде всего, принципы корпоративного поведе-

ния, разработанные в начале 2000-х гг. Они некоторым образом конкретизировали систему корпоративного контроля и принципы ее организации в компании. В частности, в главе 8 указанных Принципов говорится о контроле за финансово-хозяйственной деятельностью общества, который предполагает контроль за совершением хозяйственных операций, организацию деятельности ревизионной комиссии и аудиторских проверок. Компаниям рекомендуется обеспечивать наличие необходимых систем контроля, таких как системы мониторинга рисков, финансового контроля и соответствия законодательству, контролировать процесс раскрытия и распространения ин-

формации, эффективность практики управления; осуществлять контроль за служебной деятельностью главных должностных лиц, контролировать и урегулировать потенциальные конфликты интересов администрации, членов правления и акционеров, включая использование активов корпорации в личных целях и злоупотребления при совершении сделок со связанными сторонами. Таким образом, впервые в российских Принципах корпоративного поведения заложена основа построения системы внутреннего корпоративного контроля компаний [6].

К числу международных документов, оказавших влияние на становление системы корпоративного управления в целом и системы контроля в частности, можно отнести Закон Сарбейнса-Оксли. «Данный закон сам по себе уже является беспрецедентным событием в части изменения федерального законодательства США по ценным бумагам за последнюю более чем полувековую историю. Закон существенно ужесточил требования к финансовой отчетности и к процессу ее подготовки, явившись ответной мерой на прокатившуюся череду многочисленных корпоративных скандалов, связанных с недобросовестными действиями менеджеров крупных корпораций. В нем предусмотрены изменения ряда действий, формирующих систему внутреннего контроля компаний. Так, закон определяет, что «годовые отчеты публичных компаний, подписанные ее руководством, должны в обязательном порядке содержать проверенный внешним аудитором отчет о внутреннем контроле. Наличие системы внутреннего контроля является требованием для получения на льготных условиях кредитов в международных и транснациональных банках и фондах» [6]. Закон Сарбейнса-Оксли оказался мейнстримом в части проработки злоупотреблений менеджмента компаний Америки и оказал весомое влияние на становление всех страновых моделей

корпоративного управления в части системы контроля.

Формирование системы корпоративного контроля в России продолжилось в связи с кризисом 2008 г., примерно тогда же началась работа над внесением изменений и поправок в Кодекс корпоративного управления в рамках Экспертного совета по корпоративному управлению при ФСФР России. В течение 2011–2012 гг. были приняты законы, которые оказали существенное влияние на корпоративное управление в России, это — Федеральный закон «О Центральном депозитарии», изменения в федеральные законы «О рынке ценных бумаг» и «Об акционерных обществах». Благодаря принятию указанных законов значительно улучшилась ситуация в области защиты прав собственности на акции, раскрытия информации и прозрачности российских компаний. С учетом принятых законов, предложений Росимущества и Минэкономразвития России, Московской Биржи, подгруппы по корпоративному управлению рабочей группы по созданию Международного финансового центра, российских и международных компаний, оказывающих услуги в области корпоративного управления, был доработан проект новой редакции Кодекса [6].

Отечественная система корпоративного контроля базируется на Кодексе корпоративного управления, который регламентирует создание комитетов по различным вопросам при совете директоров, а также на Законе «Об акционерных обществах», которым закрепляются компетенции всех органов управления, ревизионной комиссии и корпоративного секретаря. Эти структуры формируют своего рода модель контроля и в комплексе составляют систему «сдержек и противовесов» в компаниях. Однако на практике в компаниях все эти органы в отдельности могут присутствовать, но не всегда получается создать их отлаженную систему взаимодействия, либо созданная система

попросту не справляется с функцией контроля. Кроме того, существует еще один усложняющий ситуацию фактор. Акционеры в компаниях ограничены традиционными способами контроля, такими как: участие в выборе кандидатов в члены исполнительных органов, избрание ревизионной комиссии, аудитора, а также рассмотрение отчетов на общем собрании акционеров. Поэтому корпоративный контроль в рамках ежедневного оперативного управления бизнесом компании, сопутствующими ему процессами управления персоналом, производством, финансами и т. д. производится исключительно менеджментом, без участия акционеров. Очень часто о нарушениях в компании, связанных с незаконным отчуждением или выводом активов акционеры узнают уже постфактум.

Ключевым контролирующим органом в корпорациях является совет директоров. Из перечня полномочий данного органа управления, регламентированных в Кодексе корпоративного поведения, следует, что совет директоров осуществляет прямую контрольную функцию за финансово-хозяйственной деятельностью общества и обеспечивает эффективную деятельность исполнительных органов посредством осуществления прямого контроля за их деятельностью. Кроме того, ввиду важной роли совета директоров как стратегического органа управления обществом, функция контроля касается подавляющего большинства вопросов жизнедеятельности компании. Это: контроль за исполнением решений общего собрания акционеров, определение основных направлений развития компании, реализация утвержденного бизнес-плана, а также проведение публичных процедур и корпоративных действий, непосредственно связанных с правами и законными интересами акционеров, предварительное одобрение сделок, прежде всего крупных сделок и сделок с заинтересованностью. Кроме того, комитеты

и комиссии при совете директоров в компаниях в силу рекомендательных норм Кодекса корпоративного управления также должны наделяться контрольными функциями. Это подтверждают и специалисты [3, с. 71], «которые исходя из ежедневной практической деятельности вывели ряд обязательных полномочий комитетов и комиссий при совете директоров:

- профессиональный и демократичный подход к выбору аудитора компании;

- предварительное рассмотрение проекта аудиторского заключения с возможностью обсуждения и выяснения обстоятельств по наиболее острым проблемам и результатам работы компании;

- координация деятельности всех контрольных органов и формирований акционерной компании: ревизионной комиссии, аудитора, отдела внутреннего аудита, аппарата управления и др.;

- мониторинг практики и контроль исполнения норм внутренних положений компании, регламентирующих деятельность ее органов по осуществлению комплексных и особо важных корпоративных действий;

- контроль на предмет соответствия всего состава независимых директоров компании критериям, установленным уставом и локальными нормативными актами этого института;

- контроль за предоставлением информации и отчетов исполнительных органов совету директоров компании, а также периодических отчетов отдельных топ-менеджеров на заседаниях совета директоров, в порядке, установленном уставом, внутренними положениями и решениями совета директоров;

- контроль принимаемых органами управления компанией решений на предмет соответствия компетенции этих органов, установленной законом и уставом акционерного общества».

Что касается должности корпоративного секретаря, то это еще один объ-

ективно необходимый контрольный орган компании. «К числу контрольных задач корпоративного секретаря относятся:

- общая организация и контроль осуществления различных мероприятий по подготовке и проведению общего собрания акционеров, проводимых аппаратом управления и специализированным регистратором;

- контроль за приемом и рассмотрением жалоб и предложений акционеров, направленных в совет директоров и исполнительным органам компании;

- контроль за соблюдением финансовыми службами акционерного общества графика выплаты акционерам дивидендов, а также формирования цены акций в случае их обязательного выкупа и приобретения обществом;

- участие в контроле за исполнением адресных решений совета директоров, касающихся прав акционеров;

- общая организация и в соответствующих случаях контроль за исполнением аппаратом управления требований акционеров по изготовлению копий запрошенных ими документов компании;

- дополнительный контроль за исполнением аппаратом управления компании графика осуществления эмиссий акций, в том числе реализации права акционеров на приоритетный выкуп акций;

- дополнительный контроль за исполнением аппаратом управления компании государственной регистрации изменений и дополнений в устав компании;

- дополнительный контроль за исполнением органами компании судебных актов, вступивших в законную силу, которые затрагивают институт прав акционеров [8]».

«Для формирования эффективной системы внутреннего контроля в компаниях необходимо осуществить следующие шаги:

1. Предусмотреть возможные риски, спланировать процедуры их оценки и разработать процесс оценки системы внутреннего контроля. Определить пере-

чень существенных контрольных процедур для подразделений, которые должны быть включены в работу по оценке. Определить подход к проведению оценочных работ, график и сроки их проведения, требуемый объем ресурсов.

2. Дать формальное описание спланированных процедур внутреннего контроля для всех подразделений компании.

3. Оценить формальное построение процедур контроля и их операционную эффективность с точки зрения подготовки финансовой отчетности, их действенность в качестве контрольных процедур, зафиксировать результаты оценки во внутренних документах компании.

4. Выявить и оценить недостатки в области формального построения процедур внутреннего контроля компании, обсудить полученные результаты с заинтересованными сторонами и устранить установленные недостатки.

5. Провести независимый аудит системы внутреннего контроля, подтверждающий ее эффективность при подготовке финансовой отчетности [4]».

Однако как отмечалось выше, внутренний контроль касается не только подготовки финансовой отчетности, но и предварительного одобрения крупных сделок и сделок с заинтересованностью, значимость которых, особенно для крупных структур, приоритетна, а также ряда других действий по привлечению финансовых ресурсов, реализации инвестиционных проектов, проведения реорганизационных процедур. Для этого, исходя из практического опыта ряда крупных компаний, оправдано создание подразделений внутреннего контроля, а для более мелких организаций — выделение штатной единицы в составе профильной службы. Это может быть специалист, занимающийся внутренним контролем в организации. Поскольку внутренний контроль служит инструментом выявления возможностей для повышения эффективности деятельности компании, то действующая система внутреннего контроля в части достовер-

ности финансовой информации, соблюдения законодательства, сохранности активов, эффективности и результативности деятельности отдельных функций и подразделений компании будет способствовать упрочнению позиций компании на рынке, положительно отражаться на репутации компании, увеличивать ее рыночную стоимость (капитализацию), укреплять взаимоотношения с клиентами и партнерами [6].

Таким образом, служба внутреннего контроля нацелена на выполнение следующих задач:

- использование современных методов и продуктов для улучшения контроля за бизнес-процессами и результатами деятельности компании;

- проверка и сопровождение крупных сделок, сделок с заинтересованностью, а также любых сделок по отчуждению или изменению юридического статуса имущества компании на предмет соответствия законодательству и интересам акционеров;

- в случае необходимости участие в разработке и сопровождении комплексной программы мер по выводу из кризиса активов компании или участие в проведении реорганизационных процедур внутри компании;

- контроль по всей цепочке создания ценностей компании с определением уровня затрат, выходящим за нормативный регламент, по местам их возникновения;

- анализ и проверка финансовых потоков компании, инвестиционных проектов, дополнительной эмиссии акций и прочих финансовых операций, сопряженных с размытием пакетов акций собственников компании и ослаблением контроля заинтересованных сторон;

- экспертиза управленческих информационных систем предприятия на предмет потенциальной утечки распространения коммерческой информации о предстоящих значимых событиях, способных создать угрозу для компании, либо причинения иного ущерба;

- постоянный мониторинг адекватности внутреннего контроля техническому прогрессу, требованиям акционеров, внешней среды и изменениям, происходящим внутри компании.

Цели службы внутреннего контроля могут быть скорректированы в зависимости от задач, поставленных руководством. Служба внутреннего контроля помогает компании достичь поставленных целей, используя систематизированный и последовательный подход к оценке и повышению эффективности процессов управления рисками, контроль за ними. Однако же ее эффективность прямо пропорциональна степени независимости службы от органов управления компанией. Независимость может быть достигнута при условии наделения службы внутреннего контроля соответствующим организационным статусом. Более того, руководитель службы должен быть в таком соподчиненном положении, которое позволит ему быть независимым от влияния руководства компанией, и отчетываться непосредственно собственнику, что может обеспечить независимость действий службы внутреннего контроля и принятие мер по внедрению их рекомендаций [7].

Важным направлением развития корпоративного внутреннего контроля в компаниях является комплексная реализация оценки качества корпоративного менеджмента. По мнению некоторых ученых [2, с. 128], в качестве критериев могут быть использованы финансовые индикаторы, такие как: рост чистой прибыли и уставного капитала, динамика роста дивидендов, а также репутационные параметры — отсутствие нарушений проведения крупных сделок и управления активами, отсутствие перекрестного владения акциями, нецелесообразных интеграционных процессов. Ряд исследователей разделяет точку зрения о том, что «в процессе контроля следует использовать определенную совокупность оценочных показателей, выстроенную в соответствии с задачами контроля, обусловленными их положением в структуре кон-

трольных процедур. Например, на стратегическом уровне, когда оценивается результативность деятельности в длительном периоде и формируются управленческие решения на будущий период, могут быть использованы следующие показатели: степень достижения планируемых результатов; степень использования ситуационных факторов; эффективность методов и техники управления; эффективность стиля управления и внутренних коммуникаций и другие» [1, с. 265]. Существуют также точки зрения о том, что можно воспользоваться международными методиками оценки, адаптировав их к реалиям нашей страны [6, с. 305–307].

Таким образом, подытоживая, отметим, что система корпоративного контроля в компаниях строится на сочетании трех ключевых компонентов:

– законов РФ и документах, приравненных к ним, а также внутреннем положении компаний, правилах и стандартах ведения отчетности;

– механизмов реализации мероприятий по внедрению и дальнейшей реализации корпоративного контроля, установленных менеджментом;

– политики внутреннего контроля и критериев эффективности, установленных в компании, стандартов, лежащих в основе систем ведения учета и аудита.

Кроме того, только осуществление корпоративного внутреннего контроля на принципах независимости, комплексности и непрерывности его проведения, постоянного его совершенствования сможет благотворно влиять на развитие как отдельно взятых компаний, так и на формирование положительного опыта функционирования системы контроля в компаниях на уровне экономики страны.

Библиографический список

1. Асаул, А., Павлов, В., Бескиер, Ф., Мышко, О. Менеджмент корпорации и корпоративное управление. — СПб.: Гуманистика, 2006.

2. Зайцева, О., Аманжолова, Б. Корпоративный внутренний контроль: принципы, организация, интеграция подходов // Экономика и менеджмент. — 2011. — № 6. — С. 125–129.

3. Осипенко, О., Шарафутдинов, М. Об оптимизации системы корпоративного контроля // Управление компанией. — 2005. — № 3. — С. 70–74.

4. Петренко, С. А. Что нужно знать ciso: требования статьи 404 закона Сарбейнса-Оксли // Защита информации. Инсайд. — 2007. — № 5. — С. 32–40.

5. Щёткина, В. Н., Шенелев, М. А. Управление конкурентоспособностью компании на основе использования системы сбалансированных показателей и внедрения системы менеджмента качества // Молодой ученый. — 2017. — № 22. — С. 301–308.

6. О рекомендациях к применению Кодекса корпоративного поведения: распоряжение ФКЦБ России № 421/р от 04.04.2002 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.cbr.ru/sbrfr/archive/fsfr/fkcb_ffms/catalog.asp%40ob_no=1772.html.

7. <http://www.as-audit.ru/consult/show/2821>.

8. <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2005-3/16.shtml>.

Bibliographic list

1. Asaul, A., Pavlov, V., Beskier, F., Myszko, O. Corporate management and corporate governance. — SPb.: Humanistics, 2006.

2. Zaitseva, O., Amanzholova, B. Corporate internal control: principles, organization, integration of approaches // Economics and management. — 2011. — № 6. — P. 125–129.

3. Osipenko, O., Sharafutdinov, M. About optimization of corporate control system // Management of company. — 2005. — № 3. — P. 70–74.

4. Petrenko, S. A. That it is necessary to know ciso: requirements of article 404 of law of Sarbanes-Oxley // Protection of

information. Insider. — 2007. — № 5. — P. 32–40.

5. *Shchetkina, V. N., Shepelev, M. A.* Management of company's competitiveness on basis of using a system of balanced indicators and introduction of quality management system // *Young Scientist*. — 2017. — № 22. — P. 301–308.

6. About recommendations to application of Code of Corporate Conduct: or-

der of Federal Commission for Securities Market of Russia № 421 from 04.04.2002 [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.cbr.ru/sbrfr/archive/fsfr/fkcb_fmfs/catalog.asp%40ob_no=1772.html.

7. <http://www.as-audit.ru/consult/show/2821>.

8. <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2005-3/16.shtml>.

М. Х. Даудов

РАЗВИТИЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА И СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Аннотация

В представленной статье раскрыты стратегические цели социально-экономического развития исследуемой территории, представлены результаты анализа практики разработки и реализации региональных программ в отраслях агропромышленного комплекса и сельского хозяйства, охарактеризованы традиции и стратегии отраслевой специализации и развития конкурентоспособности хозяйственного комплекса.

Ключевые слова

Сельское хозяйство, агропромышленный комплекс, развитие.

М. Н. Даудов

DEVELOPMENT OF AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX AND AGRICULTURE OF CHECHEN REPUBLIC

Annotation

Article outlines the strategic goals of socio-economic development of study area, presents the results of analysis of practice of developing and implementing regional programs in agro-industrial and agricultural sectors, characterized by tradition and industry specialization strategy and development of competitiveness of economic complex.

Keywords

Agro-industrial complex, agriculture, development.

На наш взгляд, в современной теории управления дефиниции исконных и приобретенных преимуществ и программно-целевого управления нередко идентифицированы и приближены по значению к параметральным характеристикам планирования. Но основное звено в программно-целевом

подходе может быть охарактеризовано как ядро высокоструктурированной массивной доли проекта с формированием и применением координационного и экономического элементов ее осуществления, контроллингом мероприятий, как компонент динамично функционирующей обратной взаимосвязи. Ис-

пользование подобного координационно-хозяйственного инструментария, равно как целевых программ, целесообразно для разрешения определенного круга задач, появляющихся при функционировании отраслей АПК и сельского хозяйства. Тем не менее условиями использования программно-целевого подхода являются:

- необходимость кардинального изменения неблагоприятных пропорций, структуры, тенденций развития экономики и социальной сферы;

- комплексность возникшей социально-экономической, научно-технической и природно-экологической проблемы, требующей межотраслевой и межрегиональной координации программных мероприятий;

- отсутствие возможностей достижения необходимых целей развития, исходя только из существующего уровня взаимосвязей между уровнями управления, хозяйствующими субъектами и т. д.;

- необходимость скоординированного использования финансовых и материальных ресурсов различной ведомственной, отраслевой, региональной и иной принадлежности для достижения наиболее значимой цели (федеральной, региональной или муниципальной значимости).

Несмотря на сложность положения, предопределенную кризисом, для государства и регионов сейчас создается уникальная ситуация, когда можно предотвратить сползание экономики к сырьевому типу и заложить основы инновационной экономики. Экологизация экономики, развитие «экологически чистого» производства и инноваций должно поддерживаться всем спектром экономических инструментов. В результате несмотря на факт наличия широкого спектра проблем, подлежащих программной разработке в каждом регионе, очевидно, что в условиях ограниченного финансирования число реально ре-

шаемых проблем территориального развития должно быть резко сокращено и включать наиболее эффективные и быстроокупаемые проекты.

С ростом разнообразия материальных и духовных потребностей людей, вытекающим из уровня экономического, политического и социального развития страны, потребительские расходы на продовольственные товары и услуги постепенно начинают сокращаться, но при этом абсолютное количество предметов потребления, изготавливаемых из продукции сельского хозяйства, продолжает увеличиваться.

Как упоминалось ранее, до санкций ситуация с импортом с определенной точки зрения относительно в особенности продовольствия оставляла желать лучшего. Поэтому именно сейчас агропромышленный комплекс и сельское хозяйство нуждаются в дополнительных стимулах для сбалансированного развития и перехода на конкурентный межрегиональный и межстрановой уровень.

В последнее время в деле успешной реализации и достаточного финансирования региональных программ, в том числе и в отраслях АПК и сельского хозяйства, возрастающее значение приобретает частный капитал, который благодаря финансовым, правовым и другим стимулам со стороны государства привлекается к решению задач развития «базовых» отраслей или созданию новых рабочих мест. Например, анализ практики разработки и реализации региональных программ в отраслях АПК и сельского хозяйства показывает, что в числе основных недостатков организации этой работы в первую очередь выделяются:

- недостаточность обоснования основных положений проекта программы с точки зрения формулирования стратегических целей и определения основных задач реализации программы;

- малообоснованное завышение объема бюджетных заявок для реализации программы, превышающего реаль-

ные возможности финансирования из бюджетных источников;

– отсутствие вариантов по составу мероприятий, рекомендуемых к реализации, в зависимости от объема реальных финансовых ресурсов (вместо этого используется принцип равного снижения объема выделяемых средств по всем мероприятиям, что не может дать нормального эффекта);

– отсутствие достаточного контроля за реализацией региональных программ в части выполнения приоритетных проектов федерального, регионального и местного уровней.

В результате для того чтобы обеспечить равный подход к регионам в части разработки и реализации ФЦПРР, следует организовывать не конкурс проектов федерального значения, предлагаемых в состав одной конкретной программы, а конкурс проектов федерального значения по всем программам одного территориального уровня (положим, уровня субъекта Федерации). Такой подход ведет к достижению более справедливого распределения ограниченных средств федерального бюджета, выделяемых на финансирование программных мероприятий федерального значения.

Важным будет отметить, что для того, чтобы обеспечить более справедливое финансирование программных мероприятий по отраслям, целесообразно проводить мониторинг их социально-экономической значимости, определение сравнительных уровней развития, эффекта для конкурентоспособности отраслей в целом и программ импортозамещения. И тем не менее один из возможных подходов к решению этой задачи в отраслевом аспекте связан с дополнительным учетом геополитического и социально-экономического положения Российской Федерации, состояния обороноспособности и национальной безопасности, остроты бюджетного кризиса и социальной ситуации в стране, нарастания угроз экономической

безопасности и неравномерности социально-экономического развития регионов. Следует отметить, что при этом могут быть сформулированы в обобщенном виде следующие стратегические цели социально-экономического развития России и укрепления ее государственности:

– поддержание необходимого уровня развития национальной обороны по геостратегическим направлениям и обеспечения безопасности личности, гражданина и государства;

– проведение фундаментальных исследований и содействие отраслевому научно-техническому прогрессу;

– развитие общероссийских производственной и транспортной инфраструктур и средств телекоммуникации;

– ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций, экологических и техногенных катастроф и стихийных бедствий общенационального и крупного межрегионального масштаба;

– преодоление процесса нарастания чрезмерно глубоких различий в уровнях социально-экономического развития регионов;

– регулирование миграционных процессов в пределах России (с учетом поэтапного решения проблемы соотечественников в ближнем зарубежье);

– обеспечение развития нормальных федеративных и национальных отношений;

– проведение научно обоснованной селективной политики в отношении территорий со сложными условиями жизни населения и хозяйствования, требующими специальных методов регулирования.

Выполнение указанных целей федеративного экономического роста в России требует приоритетного выделения и финансирования целевых программ общенационального профиля.

Обязательным условием реализации указанных целей выделения и финансирования ФЦП является неременный учет их

конкретных составляющих. Это относится даже к таким целям, как обеспечение обороноспособности и национальной безопасности (например, по вопросам социально-экономического развития и оборонного строительства в регионах, занимающих особое геополитическое положение), проведение фундаментальных исследований (например, в связи с развитием наукоградов и технополисов).

Функции формирования программного раздела целевой программы реализуются в рамках отраслевых и региональных инвестиционных программ. Кроме регионального программирования в рамках менеджерального подхода приобретают особое значение такие элементы корпоративного менеджмента, как управление достижением целей обеспечения конкурентоспособности на основе сбалансированной системы показателей, что является логическим продолжением программно-целевого метода в управлении отраслей АПК и сельского хозяйства. Сбалансированная система показателей позволяет осуществить взаимоувязку основных целей и задач управления конкурентоспособностью региона и обеспечить постоянный контроль достижения поставленных целей.

В целом, мы постарались показать, почему системы показателей наиболее полезны на уровне отраслей и муниципалитетов, но при этом необходимо обладать достоверной и регулярно обновляемой информацией. Ближе к верхнему уровню контроль становится в основном финансовым, за исключением подразделений администрации, которые стремятся к синергии — им требуется более детальное рассмотрение эффективности работы отдельных комитетов. При этом сочетание традиционного бюджета, систем показателей и прогнозов будет зависеть от: традиций и стратегии отраслевой специализации, уровня развития конкурентоспособности хозяйственного комплекса определенной территории.

Современный этап развития понятия конкурентоспособности отрасли подтверждает, что для того чтобы проект работал, нужно четко распределить обязанности. Здесь затрагиваются самые разные аспекты «системы показателей». Каждый руководитель соответствующего субъекта, если его подразделение входит в систему контроля, несет ответственность за систему показателей. В течение года или двух могут осуществляться продвижение и тренинг. Ответственность за эту деятельность несет специальная целевая группа, которая подчиняется высшему руководству. Данные собирают, оценивают и устанавливают причинно-следственные связи. Выявляются связи и в стратегической карте отраслевой специализации отраслей АПК и сельского хозяйства, производятся пересмотры или соответствующие доработки.

В рамках концептуального теоретико-методического фундамента управления экономической привлекательностью отраслей АПК и сельского хозяйства стало обычной практикой при внедрении системы сбалансированных показателей в корпоративном управлении распространять похожие критерии по всей отрасли, чтобы описать то или иное явление. К примеру организации, которые хотят отследить, насколько удовлетворен клиент, обычно везде используют одинаковые показатели. И есть опасность, что набор метрик, санкционированный сверху, будет восприниматься не как приглашение обсудить локальные стратегические факторы, а как часть корпоративного контроля, в результате отделы начнут создавать свои собственные стратегические карты, чтобы изобразить заинтересованность. То есть в сочетании с системой поощрения системы показателей превращаются в единственное мерило успеха. Это также ведет к применению стандартного набора метрик. Приемлемо ли это в региональной модели разви-

тия отраслей АПК и сельского хозяйства? На наш взгляд такой подход может быть применим. Но при этом каждая сбалансированная система развития, разрабатываемая в конкретном отраслевом срезе, нуждается в региональной привязке, с учетом специфики конкретной территории. В этом смысле первые попытки внедрения сбалансированной системы показателей приводили к тому, что основной упор делался на создание предварительного набора систем показателей. Поэтому функционирование в рамках применения сбалансированной системы показателей проработано во многих хозяйствующих системах неполноценно.

На наш взгляд, для того чтобы систему показателей можно было использовать на практике, управление данными должно быть понятным, не усложненным. Данные должны фиксироваться, проверяться и выкладываться для всеобщего пользования. Обычно система показателей представляет собой сочетание уже имеющихся и новых данных, некоторые могут быть неофициальными. Иногда сведения берутся из внешних источников, таких как исследование рынка или сравнительное тестирование бизнес процессов. Сохранение интереса к системе показателей — это тоже часть проекта.

Библиографический список

1. *Ахмедова, Ж. А.* Роль и место сельского хозяйства в общественном разделении труда // *Экономические науки.* № 4. 2011. С. 67.

2. *Безнин, М. А., Димони, Т. М.* Интеллектуалы в сельском хозяйстве

России 1930–1980-х гг. (новый подход к социальной истории российской деревни). — М. : Легия, 2010.

3. *Безнин, М. А., Димони, Т. М.* Менеджеры в сельском хозяйстве России 1930–1980-х гг. (новый подход к социальной истории российской деревни). — М. : Легия, 2012.

4. *Белов, Н. Г.* Контроль и ревизия в сельском хозяйстве. — М. : Финансы и статистика, 2014.

5. *Бобылев, С. Н.* Экология и экономика: приоритеты развития / Материалы круглого стола в Институте современного развития [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.riocenter.ru/ru/news/5325.

Bibliographic list

1. *Akhmedova, Zh. A.* Role and place of agriculture in social division of labor // *Economic sciences.* — 2011. — № 4. — P. 67.

2. *Beznin, M. A., Dimoni, T. M.* Intellectuals in Agriculture of Russia 1930–1980-s (new approach to social history of Russian village). — М. : Legia, 2010.

3. *Beznin, M. A., Dimoni, T. M.* Managers in agriculture of Russia in 1930–1980s (new approach to social history of Russian village). — М. : Legia, 2012.

4. *Belov, N. G.* Control and audit in agriculture. — М. : Finance and Statistics, 2014.

5. *Bobylev, S. N.* Ecology and Economics: Development Priorities [Electronic resource] / Round table materials at Institute of Contemporary Development. — Mode of access : www.riocenter.ru/en/news/5325.

Е. А. Иванова, Н. А. Клитина

**ТРАНСФОРМАЦИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ
В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ
РЫНКА ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ**

Аннотация

В статье авторами сформулированы особенности формирования стратегий развития предприятий в условиях консолидации рынка экспресс-доставки и постепенного изменения структуры спроса, а также повышения значимости сервиса как центрального дифференцирующего факта в конкуренции операторов рынка.

Ключевые слова

Экспресс-доставка, стратегия, интернет-магазин, управление, дифференциация, конкуренция.

Е. А. Ivanova, N. A. Klitina

**TRANSFORMATION OF CORPORATE STRATEGIES OF ENTERPRISES
UNDER CONDITIONS OF MODERN DEVELOPMENT OF MARKET
OF EXPRESS-DELIVERY**

Annotation

In article the authors formulated the features of formation of strategies for development of enterprises in context of consolidating the express delivery market and gradual change in structure of demand, as well as increasing the importance of service as central differentiating factor in competition of market operators.

Keywords

Express-delivery, strategy, online store, management, differentiation, competition.

Развитие рынка экспресс-доставки в России характеризуется различными тенденциями, которые, с одной стороны, ускоряют его рост, с другой, вызывают торможение по ряду причин. Результирующая этих условий заставляет компании адаптироваться к пульсирующему росту рынка, драйвером которого выступает развитие интернет-торговли, которое является неодинаковым для внутренней торговли и трансграничной. Так, в силу наличия высокого барьера входа в кроссбордер, конкурентная среда в этом сегменте остается относительно стабильной. В сегменте внутривосточной торговли конкурентная среда является более динамичной и трансформируется по мере появления новых операторов, развития новых сопутствующих

услуг, возникновения на рынке агрегаторов.

Оценивая, общие сложности, которые испытывают предприятия экспресс-доставки и логистические компании в целом, следует отметить следующие:

– значительные расстояния, что увеличивает транспортное плечо и формирует основную часть издержек и цену на выходе;

– низкий уровень развития транспортной инфраструктуры, который ограничивает скорость развития отрасли;

– излишний уровень вмешательства регулятора, что сокращает возможности прогрессивного качественного преобразования экспресс-доставки, сроки доставки и уровень обслуживания при получении грузов клиентом.

Оценивая стратегии развития предприятий на рынке экспресс-доставки, следует отметить, что их формирование происходило по мере эволюционного взросления рынка, а также его качественного преобразования на фоне кризисных тенденций в экономике, которые постепенно снижали уровень ценовой толерантности потребителя и формировали новую поведенческую модель клиентов, расширяли эмпирический запрос на новые виды сервиса. Так, сегодня интернет-магазины предлагают покупателям более широкий спектр способов получения товара, наиболее востребованными из которых являются: курьерская доставка, самовывоз и почтовая доставка.

Можно констатировать, что естественное развитие рынка сформировало определенные императивы потребления услуги доставки, что, например, предопределило развитие сетей пунктов выдачи заказов (ПВЗ) как реакцию на рост предпочтения ПВЗ со стороны покупателей. Реагируя на этот тренд, курьерские службы начали открывать свои ПВЗ. Это позволяет заключить, что структура предложения на рынке экспресс-доставки не является статичной. Компании не развиваются в рамках монопрофиля оказываемых ими услуг, а готовы его активно расширять, если этого требует рынок. Следование этому тренду формирует две основные стратегии развития предприятий на рынке экспресс-доставки. Первая предполагает сфокусированную дифференциацию — сужение предложения с ориентацией на узкие подсегменты рынка. Вторая стратегия состоит в развитии портфеля базовых услуг и их постепенное расширение.

Выбор той или иной стратегии определяется ресурсными и операционными возможностями бизнеса, а также динамикой развития рынка и механикой движения спресообразующих факторов. Так, в условиях роста электронной коммерции выход на рынок новых логистиче-

ских компаний простимулировал развитие предложения сопутствующих услуг, расширение сетей ПВЗ и постаматов.

Несмотря на эффективность и адекватность таких стратегий, априори можно предположить, что чрезмерное расширение числа операторов по мере насыщения рынка и его продолжающейся консолидации создаст дополнительные трудности роста для более мелких компаний, часть которых будет поглощена более крупными. Различия в применяемых стратегиях роста определяются также спецификой сегментов рынка, в которых ожидания клиентов в отношении доставки из российских и зарубежных интернет-магазинов неодинаковы. Так, примерно равная скорость транспортировки при заказе в российских интернет-магазинах разворачивает внимание клиентов в сторону удобства получения товара, увеличивая в рамках данного критерия спрос на ПВЗ и постаматы.

При заказе в зарубежных интернет-магазинах покупатели готовы переплачивать за скорость получения товара и надежность транспортировки, что обусловлено экономией по сравнению с покупкой в отечественных интернет-магазинах.

Таким образом, стратегии управления на предприятиях экспресс-доставки, работающих в разных сегментах рынка, являются достаточно дифференцированными. При этом выбор той или иной стратегии в целом детерминирован покупательскими предпочтениями, а также проактивной оценкой возможностей увеличения отстройки от конкурентов с учетом результатов бенчмаркинга.

Разработка стратегий развития предприятий экспресс-доставки происходит синхронно развитию рынка, на котором релевантность различных факторов выбора транспортной услуги постоянно изменяется. При этом, помимо общей констатации того факта, что раз-

витие e-commerce стимулирует не товар, а сервисы, важно подчеркнуть, что значимость сервисного удобства получения товара в интернет-торговле возросла. В силу этого акцент на сервисе как сильным дифференцирующим факторе конкурентного роста выводит в более предпочтительное положение компании, которые уже имеют развитую региональную сеть. Более мелкие компании, которые вынуждены развиваться на фоне такой мощной инфраструктурно-сервисной отстройки крупных конкурентов, смогут увеличивать свою клиентскую базу только через расширение географии сервисов. Можно предположить, что развитие в сторону периферии окажется достаточно затратоемким и может быть датировано только за счет прибыли с направлений, на которых офлайн-трафик уже имеет хорошую устойчивую монетизацию. Это позволяет заключить, что в современной фазе рыночного роста усиление конкурентного преимущества окажется поставленным в зависимость от ресурсных возможностей органического роста, что вероятно, предопределяет разноскоростной рост компаний.

Развитие сервиса через расширение географии доставки как основная инфраструктурная составляющая важно также с учетом постепенного изменения структуры спроса: предприятия экспресс-доставки должны воспринимать как инвариантную данность рынка тот факт, что доля «в2с» в перспективе будет увеличиваться, а «в2в» снижаться. Это означает, что система сервиса должна становиться более гибкой, учитывая определенную смену оснований конкуренции с переориентацией на спрос, для которого характерна несколько иная поведенческая модель потребления.

Неспособность конкуренции по уровню сервиса будет смещать возможности дифференциации в плоскость ценового противостояния, где дешевые доставочные сервисы, опираясь на дем-

пинг, уже испытали рост кредитной нагрузки на бизнес, ориентируясь на формирование низкомаржинального предложения потребителю с ограниченными доходами.

Обострение ценовой конкуренции на этом рынке уже усугубило положение многих компаний, которые оказались не готовы к ценовому давлению, сокращению оборотов в условиях сокращения бюджета трат на экспресс-доставку и были вынуждены финансировать свое существование за счет оборотного капитала. Данный пример показывает, что работа на низкой марже в нижнем ценовом сегменте представляется не достаточно эффективной и не формирует широкие перспективы для рыночного роста предприятий экспресс-доставки, что вновь выводит на первый план дифференциацию через повышение качества и разнообразия сервиса. Кроме того, рост конкуренции будет способствовать дальнейшему сокращению сроков доставки, эмпирическим пределом которой является доставка «день в день», практикуемая сегодня в основном в г. Москве.

В современный период предприятия экспресс-доставки должны выработать новые стратегические императивы развития, отличные от тех, которыми обеспечивали их роста за счет динамики инерционного развития рынка. Данная фаза роста стала историей, и ее повтор в близлежащей перспективе с учетом состояния экономики представляется маловероятным.

Текущая проактивная трансформация рыночных стратегий развития на рассматриваемом рынке должна опираться на:

– пересмотр ценовой политики в сторону снижения цен, что позволит сохранить объем клиентской базы. Практическая реализация данного решения окажется менее болезненной для компаний, которые смогут поступиться частью маржи в пользу клиента и до-

полнительно оптимизировать издержки за счет внедрения новых маршрутов доставки, применения новых технологий и др. Это в значительной степени будет соответствовать предпочтениям потребителей, которые выбирают наиболее экономичные варианты доставки;

– усиление фокусировки на более узких направлениях работы, что позволит усилить конкурентоспособность и привлекательность предложения для клиента, максимально кастомизировать сервис. Обратный вариант данной стратегической корректировки составляет расширение портфеля предлагаемых услуг. Реализация того или иного варианта будет определяться ресурсными возможностями диверсификации и наработанными компетенциями, высокий уровень которых делает резонной более глубокую фокусировку сервиса;

– повышение уровня обслуживания как магистральный тренд, отвечающий общему вектору изменения поведенческой модели со стороны спроса.

В настоящее время часть операторов рынка развивают стратегии, работающие на его дальнейшую консолидацию, делая при этом упор на снижение издержек, что в целом отвечает зеркальному этому тренду — стремлению интернет-магазинов максимально оптимизировать ресурсы и выбирать наиболее выгодные предложения, что автоматически результируется в стратегиях развития доставочных сервисов.

В целом, важно учитывать тот факт, что в условиях общего сжатия рынка, курьерские компании пытаются закрепить уровень лояльности сформированного пула клиентов, за счет формирования оптимального ценового предложения или повышения уровня сервиса. Выход на рынок инновационных решений (Bringo, Today Delivery) позволяет говорить о возрастающих возможностях одновременного наращивания сервисных удобств и снижения цены обслуживания. При этом такого

рода инновации крайне сложно даются уже сформировавшимся крупным операторам, например Почте России, для которой трансформация бизнес-модели и отладка новой клиентоориентированной конфигурации бизнес-процессов дается крайне сложно. Это усиливает конкурентное давление на другие крупные логистические компании, которые должны мобилизовать необходимые ресурсы для вывода на рынок новых более актуальных продуктов и услуг. Актуальность данного процесса кратно возрастет на фоне ужесточения конкуренции в логистике e-commerce, активизации процессов слияний и поглощений на рынке.

«Помимо слияния двух крупных игроков рынка курьерской доставки — SPSR Express и DPD, можно также вспомнить о покупке компании «Макси Пост» компанией Itella в марте 2016 г. В целом консолидация и глобализация — это общемировая практика. Однако следует отметить, что позиции Почты России в этом сегменте по-прежнему тверды. В 2017 г. Почта России остается игроком номер 1 даже с учетом консолидации конкурентов, в том числе за счет эффективного дифференцирования своих предложений» [3].

В условиях усиления дифференциации крупных операторов рынка, достаточно вероятным становится его последующий передел через объединение активов, а также сделки слияния и поглощения, в том числе со стороны непрофильных компаний, например фондов прямых инвестиций.

Заметим, что текущая консолидация рынка и слияние крупных операторов становится следствием выхода с рынка более мелких компаний. Его органическое уплотнение будет стимулировать дальнейшее развитие тенденций оптимизации экономики экспресс-доставки, в процессе которой достаточно устойчивой окажется, например краудсорсинговая модель, которая демонстрирует одинаково высокий уровень гибко-

сти и хорошую экономику интеграции как с крупными логистическими операторами, там и с более мелкими «экономными» интернет-магазинами.

Все это позволяет нам выделить особенности стратегического развития предприятий экспресс-доставки, сегмент которой сегодня входит в непростую фазу своего эволюционного взросления, конкуренция в которой и подвижность спроса требуют выработки новых подходов и стратегий к управлению рыночно ориентированным ростом доставочных сервисов.

В рамках настоящей статьи обозначены наиболее значимые проблемные аспекты его развития, системная оценка которых позволила обозначить наиболее релевантных стратегии развития предприятий экспресс-доставки, современная научно-практическая разработка которых требует более детального учета особенностей изменения рынка, как со стороны спроса, так и со стороны предложения.

Библиографический список

1. *Грамматчиков, А.* Курьерский экспресс // Эксперт. — 2016. — № 14.
2. *Мальшев, С.* Основная задача Почты — работа на опережение рынка // Почта России. — 2014. — № 3 (116).
3. *Мальшев, С.* Почта России: мы остаемся игроком № 1 даже с учетом консолидации конкурентов // Retail & Loyalty. — 2017. — № 3.
4. *Шацких, И.* Рынок экспресс-доставки в России: основной драйвер роста — B2C-сегмент // Retail & Loyalty

[Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.retail-loyalty.org/expert-forum/rynok-ekspress-dostavki-v-rossii-osnovnoy-drayver-rosta-b2c-segment> (дата обращения: 24.08.2017).

5. *Югринова, Н.* Экспресс на тихом ходу // Бизнес-журнал. — 2015. — № 4.

6. DPD: онлайн-торговля — основной драйвер роста российского рынка экспресс-доставки // Retail & Loyalty. — 2015. — № 5.

Bibliographic list

1. *Grammatchikov, A.* Courier Express // Expert. — 2016. — № 14.
2. *Malyshev, S.* Main task of Post-work ahead of market // Post of Russia. — 2014. — № 3 (116).
3. *Malyshev, S.* Post of Russia: we remain the player number 1 even taking into account the consolidation of competitors // Retail & Loyalty. — 2017. — № 3.
4. *Shatskikh, I.* Market of express delivery in Russia: main driver of growth — B2C-segment // Retail & Loyalty [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.retail-loyalty.org/expert-forum/rynok-ekspress-dostavki-v-rossii-osnovnoy-drayver-rosta-b2c-segment> (date of access: 24.08.2017).
5. *Yuginova, N.* Express on a quiet course // Business-magazine. — 2015. — № 4.
6. DPD: online trading — main driver of growth of Russian market of express delivery // Retail & Loyalty. — 2015. — № 5.

Д. Г. Колесников

**К ВОПРОСУ О ДИНАМИКЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ
РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ И РОССИЙСКОЙ СОВЕТСКОЙ ФЕДЕРАТИВНОЙ
РЕСПУБЛИКИ В ПЕРИОД С 1914 ПО 1932 ГГ.**

Аннотация

В статье рассмотрено состояние электроэнергетической отрасли России за период с 1914 по 1932 гг. Исследованы цели и задачи стратегического развития («План ГОЭЛРО»). Изучены техническое состояние, организационная структура, территориальное размещение электроэнергетической отрасли царской России и РСФСР. Проанализированы динамика ввода электроэнергетических мощностей и производства электрической энергии, их структура в разрезе используемой первичной энергии (топлива) в Российской империи и Российской Советской Федеративной Республике за период с 1897–1932 гг.

Ключевые слова

Электроэнергетическая отрасль в период с 1914–1932 гг., План «ГОЭЛРО», динамика производства электрической энергии и мощности в период с 1914 по 1932 гг.

D. G. Kolesnikov

**TO QUESTION ABOUT DYNAMICS OF DEVELOPMENT
OF POWER INDUSTRY IN RUSSIAN EMPIRE AND RUSSIAN SOVIET FEDERAL
REPUBLIC IN PERIOD FROM 1914 TO 1932**

Annotation

Article describes the state of electricity industry in Russia for period from 1914 to 1932. Studied the goals and objectives of strategic development («Electrification Plan»). Studied technical status, organizational structure, territorial distribution of electric power industry of Russian Empire and RSFSR. Analyzed the dynamics of electric power, and production of electrical energy, their structure of used primary energy (fuel) in Russian Empire and Russian Soviet Federative Republic in period 1897–1932.

Keywords

Electricity sector in period from 1914–1932 years, Plan GOELRO, dynamics of production of electric energy and capacity during period from 1914–1932.

С момента зарождения (конец XIX в.) до 1914 г. отечественная электроэнергетика динамично развивалась. Проводимая государством политика, направленная на приток инвестиций, обеспечила вступление иностранных инвесторов в реальные сектора экономики, в том числе в электроэнергетику, что позволяло обеспечить высокие темпы ввода электрических мощностей и выработки электрической энергии (рис. 1) [13]. При этом ключевыми фак-

торами, обеспечившими рост промышленного производства, были:

- проводимая политика протекционизма, направленная на недопущение ввоза иностранной продукции посредством введения «золотой пошлины»;
- высокая норма прибыли (ввиду низкой конкуренции на внутреннем рынке), достигавшая в среднем до 16 % [11];
- дешевая рабочая сила, способствующая переносу промышленного производства из Европы в Россию.

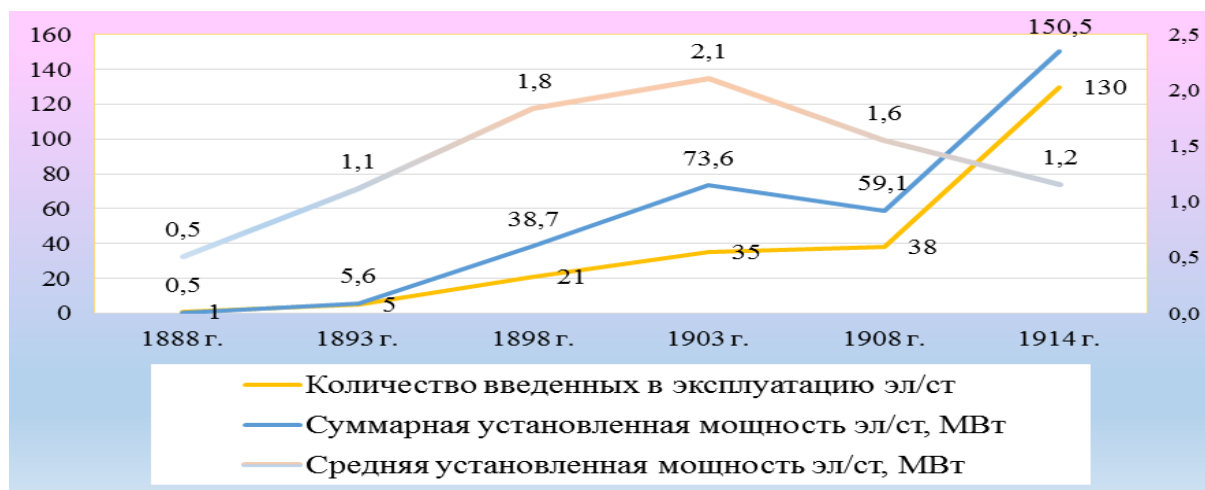


Рисунок 1 — Темпы ввода городских электрических станций в России империи *

* Составлен на основе данных [3, 13].

Как следствие, в начале XX в. годовые темпы прироста установленных мощностей в среднем составляли около 100 %, что позволило по объемам производства электроэнергии к 1914 г. выйти на оценке ряда авторов на четвертое [12] — восьмое места в мире [3]. Однако следует отметить ряд негативных факторов, препятствующих повышению уровня электрификации. Так, например, главной проблемой в развитии электроэнергетики следует считать отсутствие государственного генерального плана развития отрасли. Значительное число концессионных предприятий в сфере энергетики принадлежало инвесторам из Германии. Около 2/3 крупных электростанций принадлежали иностранному (немецкому) капиталу. Такая же ситуация наблюдалась и в электротехнической промышленности [12].

Накануне Первой мировой войны отечественная электроэнергетика представляла собой совокупность электро-

станций, установленных в пределах крупных городов, а также на предприятиях. Системы электроснабжения были децентрализованы, электростанции снабжали электрической энергией достаточно небольшое количество потребителей. Электрические сети работали в основном над «генераторным» напряжением и имели общую протяженность, не превышающую 320 километров [2].

Не существовало стандартов на параметры электрической энергии, ввиду чего строились и эксплуатировались электростанции и сети на разных классах напряжения; на постоянном и переменном токе разных частот [6]. Исключительной формой собственности источников генерации была частная собственность.

Основным типом электрических станций являлись электростанции, работающие на органическом топливе, преимущественно на нефтепродуктах и английском угле (табл. 1) [14].

Таблица 1 — Типы и суммарная установленная мощность электрических станций*

Тип электростанций	Мощность на 01.01.1914, ГВт	Доля, %
Тепловые электростанции (ТЭС), в т. ч.:	1,28	99
ТЭС, работающие на нефтепродуктах	0,77	59
ТЭС, работающие на угле	0,51	40
Гидроэлектростанции	< 0,02	< 1
Всего	1,3	100

* Составлена на основе данных [14].

Повышению уровня централизации систем электроснабжения препятствовали противоречия между электрическими компаниями и собственниками земель (помещиками), из-за чего строительство линий электропередач по оптимальной схеме зачастую не могло быть выполнено.

Наличие большого числа собственников, разнотипность оборудования и отсутствие стандартов на показатели качества электрической энергии не позволяли осуществлять параллельную работу электрических станций в рамках энергообъединений.

К началу 1920-х гг. экономика России находилась в глубоком экономическом кризисе. Значительная часть ее основных производственных фондов была утеряна или серьезно пострадала во время Первой мировой войны, Великой октябрьской социалистической революции, интервенции и гражданской войны. Совокупный выпуск промышленной продукции составлял менее 14 % от уровня 1913 г. (базовый период). Стали выпускалось меньше почти в 20 раз, а чугун — в 30 [7].

Руководство Советской России, понимая значимость электроэнергетики, сделало ставку именно на этот исключительно универсальный ресурс — ставку по выводу страны из кризиса. Так, например, В. И. Ленин в своих научных трудах писал, что отличительной особенностью социализма станет применение электрической энергии во всех сферах хозяйственной жизни и в быту, поскольку она имеет преимущества перед другими видами энергетических ресурсов из-за простоты ее использования.

Для разработки стратегии экономического развития страны, в том числе и топливно-энергетического комплекса, была создана государственная комиссия под руководством Г. М. Кржижановского. В нее входило более 240 ведущих ученых, инженеров во всех областях науки и техники. Результаты работы

Комиссии были утверждены Постановлением Совнаркома «О плане электрификации России (Плана «ГОЭЛРО»)). Согласно задумке идеологов этого Плана ГОЭЛРО (далее ГОЭЛРО) драйвером экономического роста страны должна была стать электрификация, способствующая качественному повышению производительности труда за счет замены ручного труда механизированным.

С целью ликвидации энергетической зависимости от дорогостоящих привозных энергоресурсов (английский уголь, а также нефтепродукты Каспийского нефтяного месторождения) и сокращения расходов на их транспортировку, предполагалось районировать электроэнергетическую отрасль по экономическим районам, максимально приблизив электроэнергетические объекты к местам добычи энергоресурсов (включая дешевые: торф и бурый уголь) и пригодным для строительства гидроэлектростанций водным объектам.

При составлении плана районирования коллективом разработчиков учитывались многие факторы, в том числе: территориально-географические особенности; экономическое состояние; наличие путей сообщения (транспортных связей); и т. п.

Ключевыми задачами ГОЭЛРО в части создания электроэнергетической отрасли являлись реализация программ А и Б. Программа А была направлена на послевоенное восстановление и реконструкцию ранее существующих электроэнергетических объектов, разрушенных в ходе интервенции и гражданской войны. Программа Б предполагала строительство тридцати крупных электрических станций районного значения (ГРЭС), в их числе: 20 тепловых электрических станций, имеющих суммарную электрическую мощность 1 100 МВт (1,1 ГВт) и 10 гидроэлектростанций с суммарной электрической мощностью в 640 МВт (0,64 ГВт). Основную их часть предполагалось разместить на:

– северо-западе и в центре страны: 10 электростанций, в том числе 7 тепловых электростанций («Красный Октябрь» (г. Петроград), «Шатурская», «Каширская», «Епифанская», «Иваново-Вознесенская», «Нижегородская», «Белгородская») и трех гидроэлектростанций на р. Волхове (одна) и р. Свирь (две). Плановая суммарная установленная мощность должна была составлять 440 МВт;

– юге России: девять тепловых электростанций с плановой суммарной установленной мощностью не менее 280 МВт («Свияжская», «Кашпурская», «Саратовская», «Царицынская», «Белокалитвинская», «Екатеринодарская», «Кубанская», «Герская», «Грозненская»), электростанции на общую мощность в 180 МВт [10].

Кроме этого ГОЭЛРО предусматривал строительство высоковольтных линий электропередач для обеспечения связи между существующими электрическими станциями в Ленинградской, Московской и других губерниях, что вызвало проводить работу по созданию энергообъединений.

Несмотря на тяжелые экономические условия уже к середине 1920-х гг. был произведен ввод в эксплуатацию достаточно крупных на то время электростанций. Из наиболее известных и значимых по суммарной установленной мощности электрогенерирующих объектов, построенных в тот период (1922–1927 гг.) можно выделить: ГРЭС — Каширская, Шатурская (Московская область), «Красный Октябрь» (г. Ленинград), мощность каждой из этих электростанций на момент ввода составляла от 12 до 46 МВт; Волховская ГЭС (Ленинградская область), ее мощность на момент ввода составляла 58 МВт.

На тепловых электростанциях с учетом требований ГОЭЛРО использовалось местное дешевое топливо (бурый уголь и торф). Из-за потери значительной части промышленного потенциала во время гражданской войны объем отече-

ственного электротехнического оборудования был крайне незначителен. Так, например, в 1923 г. было произведено всего четыре трехфазных гидрогенератора (завод «Электросила») суммарной мощностью 30 МВт. Это обстоятельство вынуждало при строительстве объектов применять оборудование западного производства, доля которого возросла с 50 % (1913 г.) до 70 % (1923 г.). В 1921 г. с целью реализации теоретических и практических разработок русских ученых, направленных на обеспечение надежности электроснабжения потребителей и повышение эффективности работы действующих электрических станций, находящихся вблизи городов Петрограда и Москвы, они были соединены между собой и включены на параллельную (синхронную) работу с системой сразу же после ввода в эксплуатацию построенных высоковольтных ЛЭП. Таким образом, в 1921 г. были заложены основы первым энергообъединениям: Московскому и Ленинградскому. В 1922 г. через построенную высоковольтную линию электропередачи напряжением 110 кВ и протяженностью 120 км [1] к Московскому энергообъединению была присоединена Каширская электростанция. Всего же к 1927 г. протяженность линий высокого напряжения (110 и выше кВ) составляла более 600 км (табл. 2) [2]. Несмотря на то, что значительная часть реализации Плана «ГОЭЛРО» проходила во времена НЭПа, приток частных инвестиций в отрасль был незначителен (рис. 2). Так, согласно данным «Объяснительной записки к отчету Наркомфина СССР об исполнении госбюджета за 1929/30 гг.», ими являлись: государственный бюджет (около 60 %), собственные средства предприятий электроэнергетической отрасли (19 %), денежные средства, поступившие в счет оплаты потребленной электрической энергии потребителями (преимущественно промышленными), полученные от оплаты за электрическую энергию потребителями (около 19 %), прочие источники финансирования (3 %) [4, 5].

Таблица 2 — Динамика строительства ЛЭП среднего и высокого классов напряжений*

Класс напряжений	Уровень напряжения	Показатели	1913 г.	1927 г.
			22 кВ	Протяженность, км
		Доля в общей протяженности	63 %	27 %
38 кВ	Протяженность, км	120	791	
	Доля в общей протяженности	38 %	39 %	
60 кВ	Протяженность, км	–	75	
	Доля в общей протяженности	–	4 %	
110 кВ	Протяженность, км	–	628	
	Доля в общей протяженности	–	31 %	
160 кВ	Протяженность, км	–	–	
	Доля в общей протяженности	–	–	
220 кВ	Протяженность, км	–	–	
	Доля в общей протяженности	–	–	
ВСЕГО	Протяженность, км	320	2044	
	Доля в общей протяженности	100 %	100 %	

* Составлена на основе данных [2].

ГОРЭЛО был выполнен на год раньше намеченного срока (в 1931 г.). В 1932 г. выработка электроэнергии возросла по сравнению с показателями

1913 г. более чем в десять раз (плановые цифры — 4,5 раза), а суммарная установленная мощность электрических станций — почти в 6 раз.

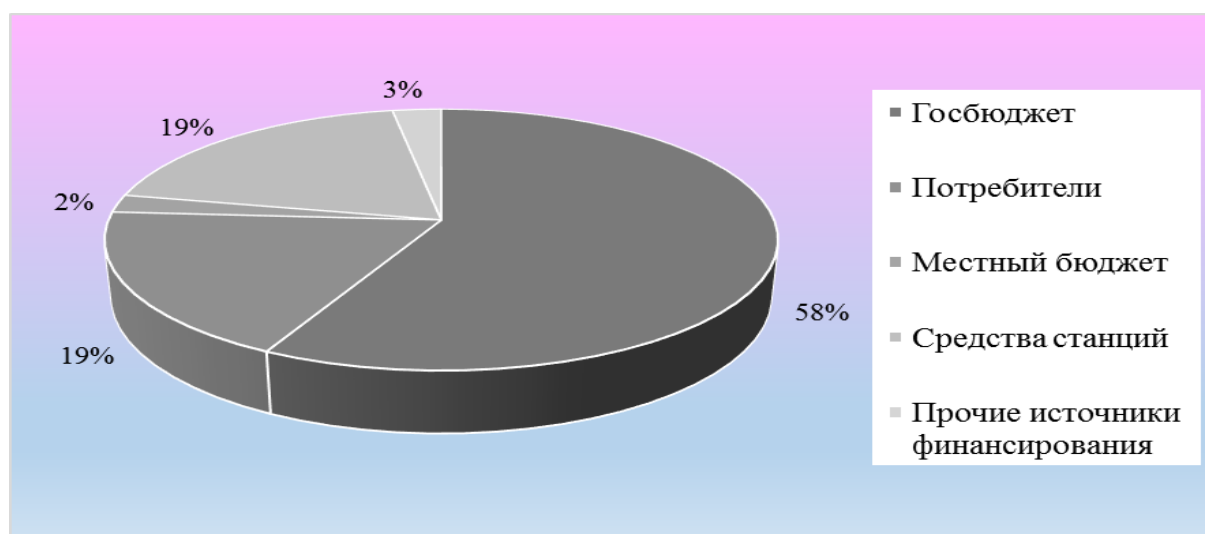


Рисунок 2 — Источники финансирования строительства электроэнергетических объектов

* Составлен на основе данных [3, 4, 5].

Успешность реализации Плана ГОЭЛРО отражают следующие показатели:

- доля СССР в период с 1929 (год, соответствующий окончанию плана по

восстановлению электроэнергетического потенциала страны) по 1932 г. увеличилась с 3 до 7 % (рис. 3) [2].

- темпы прироста производства электрической энергии в стране состав-

ляли более 200 % (за этот же период), превосходя показатели ведущих про-

мышленно развитых стран мира в два и более раза (табл. 3) [2].

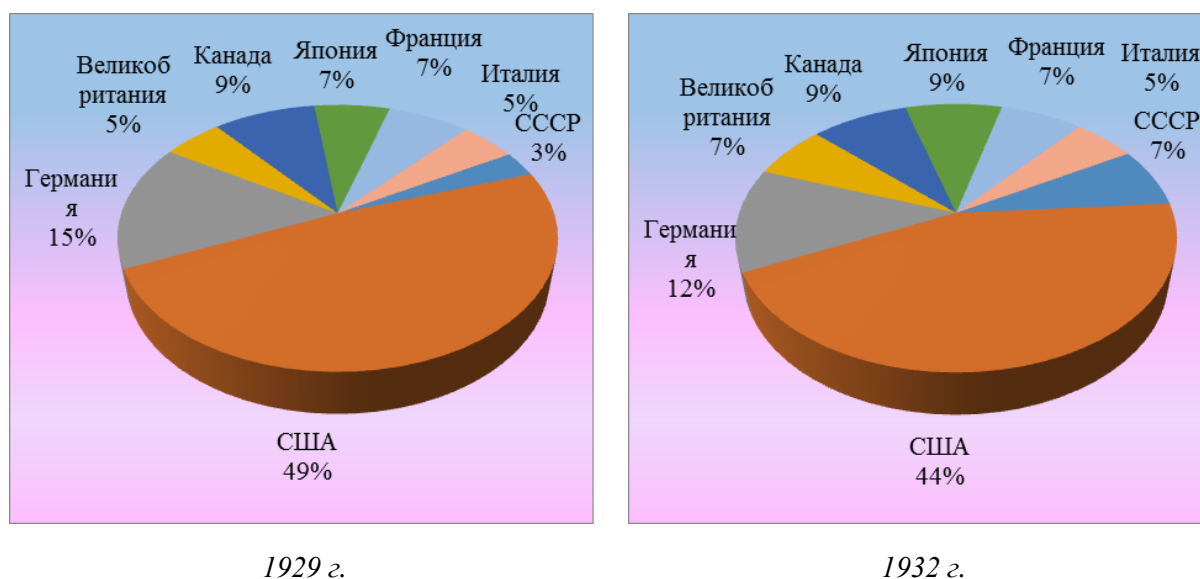


Рисунок 3 — Доля в производстве электрической энергии в 1929, 1932 гг.*

* Составлен на основе данных [2].

Таблица 3 — Динамика производства электроэнергии и среднегодовые темпы роста промышленно развитых стран в период с 1929 по 1932 гг. (к уровню 1929 г.)*

Страны	1929 г.		1932 г.	
	Про-во, млрд кВтч	Среднегодовой темп роста, %	Про-во, млрд кВтч	Среднегодовой темп роста, %
СССР	6,2	100	13,5	73%
США	97,4	100	83,2	28%
Германия	30,7	100	23,5	26%
Канада	18,0	100	16,0	30%
Япония	13,3	100	16,0	40%
Франция	14,4	100	13,6	31%
Великобритания	10,4	100	12,3	39%
Италия	9,8	100	10,2	35%

* Составлена на основе данных [2].

Высокие темпы производства валового продукта в отрасли были связаны со значительными темпами прироста производительности труда, которая в 1928 г. составляла более 100 % (в целом по промышленности). Такие впечатляющие темпы производительности труда (при огромной доле ручного труда персонала) были обусловлены организационно-экономическими и социально-психологическими факторами (трудо-

энтузиазм прогрессивно настроенных рабочих и особенно комсомольцев).

Сравнивая состояние и динамику развития электроэнергетической отрасли в период с 1914 по 1928 гг., можно сделать вывод, что ключевая роль государства позволила за короткое время создать электроэнергетический комплекс, обеспечивший потребности экономики того периода.

Библиографический список

1. 1921 год. Введена первая в стране линия электропередачи напряжением 110 кВ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://so-ups.ru/index.php?id=history-event&tx_ttnews\[tt_news\]=8751](http://so-ups.ru/index.php?id=history-event&tx_ttnews[tt_news]=8751) (дата обращения: 03.05.2017).

2. *Вейни, В. И.* Электрификация народного хозяйства СССР // Электричество. — 1937. — № 21. — С. 4.

3. *Идельчик, В. И.* Электрические системы и сети : учебник для вузов. — М. : Энергоатомиздат, 1989.

4. Из объяснительной записки к отчету Наркомфина СССР об исполнении госбюджета за 1929/30 гг. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://istmat.info/node/7911> (дата обращения: 29.04.2017).

5. Из объяснительной записки к отчету Наркомфина СССР об исполнении госбюджета за 1931 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://istmat.info/node/8148> (дата обращения: 04.05.2017).

6. История Мосэнерго [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.mosenergo-museum.ru/History_of_Mosenergo/Historical_Review/1887_1917/ (дата обращения: 28.08.2017).

7. *Кржижановский, Г. М.* К 35-летию плана ГОЭЛРО // План ГОЭЛРО. — М. : ЭНЕРГИЯ, 2006. — С. 5–39.

8. *Пархоменко, Т. В.* Концептуально-логистическая терминология и исторические основы электроэнергетики — финансовый аспект // Финансовые исследования. — 2012. — № 4 (37). — С. 59–64.

9. *Пархоменко, Т. В.* Процесс развития и модернизации электроэнергетики — современный этап и исторический аспект // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2012. — № 37. — С. 129–136.

10. План электрификации РСФСР. — М. : Госполитиздат, 1955.

11. *Радус-Зенькович, В. А.* Технические сдвиги в развитии районных

электростанций СССР за первую пятилетку // История техники. Вып. 4. — М. : Л. : ОНТИЗ НКТП СССР, 1936.

12. *Струмилин, С. Г.* Проблемы промышленного капитала в СССР. — М. : Л., 1925. — С. 52.

13. Электрификация в 1920-е гг. 1918–1928. Музей энергии [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://energymuseum.ru/history/1918/#Электрификация_в_1920-е_годы (дата обращения: 28.03.2017).

14. Электрификация империи [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://nmm.me/blogs/kryaker41/elektrifikaciya-imperii/#comment_19440785 (дата обращения: 30.03.2017).

Bibliographic list

1. 1921. Introduced the country's first transmission line 110 kV [Electronic resource]. — Mode of access : [http://so-ups.ru/index.php?id=history-event&tx_ttnews\[tt_news\]=8751](http://so-ups.ru/index.php?id=history-event&tx_ttnews[tt_news]=8751) (date of access: 03.05.2017).

2. *Vanz, V. I.* Electrification of national economy of USSR // Electricity. — 1937. — № 21. — P. 4.

3. *Idelchick, V. I.* Electric systems and networks : textbook. — M. : Energoatomizdat, 1989.

4. From the explanatory Memorandum to report of people's Commissariat of USSR on execution of budget for 1929/30 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://istmat.info/node/7911> (date of access: 29.04.2017).

5. From the explanatory Memorandum to report of people's Commissariat of USSR on budget for 1931 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://istmat.info/node/8148> (date of access: 04.05.2017).

6. History of Mosenergo [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.mosenergo-museum.ru/History_of_Mosenergo/Historical_Review/1887_1917/ (date of access: 28.08.2017).

7. *Krzhizhanovskiy, G. M.* For 35th anniversary of GOELRO plan // Plan for electrification. — M. : ENERGY, 2006. — P. 5–39.

8. *Parkhomenko, T. V.* Conceptually and logistics terminology and historical foundations of electricity — financial aspect // Financial research. — 2012. — № 4 (37). — P. 59–64.

9. *Parkhomenko, T. V.* Process of development and modernization of electricity — modern stage and historical aspect // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2012. — № 37. — P. 129–136.

10. Plan of electrification of RSFSR. — M. : Gospolitizdat, 1955.

11. *Radus-Zen'kovich, V. A.* Technical changes in development of regional

power stations of USSR during first five years // History of technology. — M. : L. : OTIS NKTP SSSR, 1936.

12. *Strumilin, S. G.* Problems of industrial capital in USSR. — M. : L., 1925. — P. 52.

13. Electrification in 1920-ies. 1918–1928. Museum of energy [Electronic resource]. — Mode of access : http://energy.museum.ru/history/1918/#Электрификация_в_1920-Egadi (date of access: 28.03.2017).

14. Electrification of Empire [Electronic resource]. — Mode of access : http://nnm.me/blogs/kryaker41/elektrifikaciya-imperii/#comment_19440785 (date of access: 30.03.2017).

A. Овусу-Серебоур

СТРУКТУРА ФУНКЦИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В РАМКАХ СОВРЕМЕННЫХ МОДЕЛЕЙ ЛИДЕРСТВА

Аннотация

В статье обсуждается функциональная структура организационного управления в моделях лидерского управления современным российским бизнесом, характеризующихся доминированием трансформационной составляющей. Целью данной статьи было изучение особенностей организации ряда важных функций управления коммерческой организацией в структуре современных моделей лидерского управления.

Ключевые слова

Управление социально-экономическими системами, модели лидерского управления, трансформационное лидерство, функции управления.

A. Owusu-Serebour

STRUCTURE OF FUNCTIONAL MANAGEMENT OF COMMERCIAL ORGANIZATION IN FRAMEWORK OF MODERN MODELS OF LEADERSHIP

Annotation

This article shows/discusses the significant scientific and practical interest of organizational management functions within the leadership management models of modern Russian business, characterized by dominance of transformational component. Purpose of this study was to study the features of organizing a number of important functions of managing a commercial organization the structure of modern models of leadership management.

Keywords

Management of socio-economic system, leadership models, transformational leadership, management functions.

Основы функционального управления организацией были заложены А. Файолем [10]. По мере развития теоретической базы управления социально-экономическими системами сформировался структурно-функциональный подход в менеджменте, позволяющий оценить взаимосвязь образующих «каркас» организации управленческих функций и структуры организации [3]. Развитие функционального подхода к управлению организацией сопровождалось появлением все новых и новых редакций предложенного А. Файолем списка управленческих функций [2, 3, 11], параллельно происходило расширение данного списка, в существенной степени отражающее развитие методов управления бизнесом [1, 6, 8, 9].

Существенный научный и практический интерес представляет организация управленческих функций в рамках моделей лидерского управления современным российским бизнесом, характеризующихся доминированием трансформационного компонента [7].

Целью данной статьи послужило изучение особенностей организации ряда важных функций управления коммерческой организацией в структуре современных моделей лидерского управления.

Инструментом изучения явились экспертный и анкетный опросы. Исследование проводилось в два этапа.

Этап 1. Экспертный опрос (ЭО). Цель: идентификация основных наиболее важных функциональных задач управления, стоящих перед руководящим составом современных российских коммерческих компаний, функционирующих в различных сферах деятельности, и возможных подходов к организации каждой из идентифицированных функций.

Этап 2. Анкетный опрос (АО). Цель: оценка частоты использования менеджментом российских компаний того и иного варианта организации каждой из изучаемых функций. Анкета для АО была составлена на основе результатов ЭО. В анкету включены утверждения, каждое из которых характеризует определенный подход к организации каждой конкретной функции. Перечень подходов к организации каждой изученной функции был сформирован в порядке возрастания технологичности (эффективности) вариантов ее реализации. Для оценки частоты использования менеджментом компании каждого из представленных вариантов организации каждой из изученных функций была разработана шкала балльных оценок, представленная в таблице 1. Оценка «0» указывает на то, что описанное в предлагаемом утверждении действие не реализуется руководителями компании никогда. По мере возрастания частоты реализации описанного в утверждении действия выставляемые балльные оценки могут изменяться от «1» до «4».

Таблица 1 — Шкала для оценки частоты использования подхода к управлению реализацией управленческой задачи

Количественная оценка	0	1	2	3	4
Качественная оценка	Никогда	Изредка	Время от времени	Достаточно часто	Часто или даже постоянно

В экспертном опросе приняли участие 12 высококвалифицированных специалистов в области управления бизнесом: 8 мужчин и 4 женщины в возрасте от 32 лет до 51 года, стаж ра-

боты которых составлял от 10 до 29 лет. В качестве респондентов выступили 20 человек (11 мужчин и 9 женщин в возрасте от 27 до 49 лет со стажем работы в изучаемой области от 0,5 до 16 лет) —

директора организаций (35 % от общего числа опрошенных), заместители директоров (15 % от числа опрошенных), руководители проектов и отделов (25 %) и менеджеры среднего звена (25 %). Каждый респондент представлял отдельную организацию. 25 % изученных организаций являлись филиалами более крупных компаний регионального и федерального значения, остальные 75 % — самостоятельные коммерческие предприятия. Изученные коммерческие компании имели различный численный состав персонала: 70 % от общего числа представляли малые организации с общим количеством сотрудников менее 30 человек, 15 % — крупные, с общим числом персонала более 100 человек, остальные 15 % компаний являлись средними организациями.

Эксперты и респонденты привлекались на основе личных контактов ав-

тора. Статистическая обработка полученных в результате опросов данных выполнялась с помощью функций электронных таблиц MS Excel. Для сравнения частоты использования менеджментом изученных российских компаний вариантов организации изучаемых функций вычислялись относительные весовые коэффициенты каждого подхода к организации каждой функции.

Идентифицированные экспертами основные функции управления коммерческими организациями и варианты организации их реализации приведены в таблице 2, составленной автором на основе результатов проведенного экспертного опроса. Результаты обработки данных анкетного опроса респондентов российских коммерческих компаний представлены в таблице 3, составленной автором по результатам обработки данных анкетного опроса.

Таблица 2 — Основные функции и варианты подходов к управлению их реализацией, идентифицированные экспертами

Функции	Вариант реализации функции и его обозначение
Ф1. Формулирование целей деятельности компании	Ф1.1 цели деятельности формулируются в виде пожеланий «увеличить финансовый оборот» (суммарный объем продаж)
	Ф1.2 цели деятельности формулируются в виде финансового оборота (суммарного объема продаж), который должен быть достигнут
	Ф1.3 цели формулируются на основе использования концепции SMART — в виде объемов продаж конкретных продуктов и продуктовых групп
	Ф1.4 цели формулируются на основе использования концепции KPI (ключевых показателей эффективности)
Ф2. Разработка структуры продуктового портфеля компании	Ф2.1 стараемся предложить клиентам недорогую продукцию (товары и услуги), спрос на которую достаточно стабилен
	Ф2.2 предлагаем клиентам недорогую, пользующуюся спросом продукцию, параллельно отслеживаем появление наиболее успешных продуктов у конкурентов и выпускаем аналогичные товары
	Ф2.3 предлагаем клиентам пользующуюся спросом продукцию, параллельно стараемся выпускать продукцию, ориентированную на большие продажи на растущих рынках
	Ф2.4 предлагаем клиентам пользующуюся спросом продукцию, параллельно стараемся выпускать продукцию, ориентированную на большие продажи на растущих рынках, и вкладываем ресурсы в развитие пока что плохо продающихся, но перспективных, ориентированных на растущие рынки продуктов

Функции	Вариант реализации функции и его обозначение
Ф3. Планирование закупок сырья и производства продукции	Ф3.1 при планировании закупок комплектующих, сырья, а также производства продукции ориентируемся на показатели предшествующего года
	Ф3.2 при планировании закупок комплектующих, сырья, а также производства продукции ориентируемся на показатели предшествующего года, вносим коррективы в планы закупок и производства на основе анализа действий конкурентов
	Ф3.3 при планировании закупок комплектующих, сырья, а также производства продукции ориентируемся на прогнозы платежеспособного спроса в целевых группах покупателей и учитываем действия конкурентов
	Ф3.4 при планировании закупок комплектующих, сырья, а также производства продукции ориентируемся на прогнозы платежеспособного спроса в целевых группах покупателей и рассчитываем ожидаемые доли рынков, которые может занять наша продукция в существующей конкурентной среде
Ф4. Выбор оптовых покупателей (дистрибуторов)	Ф4.1 предпочитаем работать с нашими постоянными оптовыми покупателями
	Ф4.2 работаем с нашими постоянными оптовыми покупателями, параллельно поставляем продукцию новым клиентам, обращаясь в наш отдел сбыта
	Ф4.3 работаем с нашими постоянными оптовыми покупателями, параллельно стремимся активизировать сотрудничество с крупнейшими оптовыми покупателями
	Ф4.4 наиболее активно работаем с оптовиками, обеспечивающими поставки продукции целевым группам покупателей
Ф5. Разработка организационной структуры компании	Ф5.1 используем стандартную организационную структуру (склад, сбыт, бухгалтерия и т. п.)
	Ф5.2 используем стандартную организационную структуру (склад, сбыт, бухгалтерия и т. п.), стараемся минимизировать расходы на оплату персонала
	Ф5.3 вначале выбираем бизнес-модель (преимущественная ориентация на работу с оптовыми компаниями либо с потребителями, большой отдел продаж либо интенсивная реклама, ориентация на массовый рынок либо на достаточно узкие целевые группы), затем создаем типичную организационную структуру для выбранной модели
	Ф5.4 вначале выбираем бизнес-модель (преимущественная ориентация на работу с оптовыми компаниями либо с потребителями, большой отдел продаж либо интенсивная реклама, ориентация на массовый рынок либо на достаточно узкие целевые группы), затем описываем функции в рамках данной модели и создаем организационную структуру для реализации функций в планируемых объемах
Ф6. Категоризация клиентов с целью обоснования распределения усилий компании между ними	Ф6.1 усилия концентрируются на тех клиентах, которые уже делают закупки у компании
	Ф6.2 усилия концентрируются на наиболее приоритетных клиентах — делающих наибольшие закупки у компании
	Ф6.3 основные усилия концентрируются на средних и крупных клиентах, сотрудничество с которыми пока что находится на низком уровне
	Ф6.4 усилия концентрируются на наиболее приоритетных клиентах — делающих наибольшие закупки (сходной продукции) у компании и у ее конкурентов; при стремлении компании к увеличению доли рынка основные усилия концентрируются на клиентах со средним и высоким уровнем приоритетности, сотрудничество с которыми пока что находится на низком уровне
Ф7. Разработка рекламной стратегии	Ф7.1 стараемся использовать самый дешевый рекламный канал
	Ф7.2 стараемся одновременно использовать несколько рекламных каналов, отслеживая и минимизируя уровень расходов
	Ф7.3 стараемся использовать рекламные каналы, ориентированные на наиболее широкую аудиторию получателей рекламных обращений
	Ф7.4 стараемся использовать рекламные каналы, ориентированные на целевые группы клиентов и потребителей

Функции	Вариант реализации функции и его обозначение
Ф8. Контроль результатов деятельности компании	Ф8.1 ежемесячная оценка результатов деятельности компании производится по суммарному объему продаж продукции
	Ф8.2 в конце каждого месяца подводятся итоги результатов работы по объему продаж продукции и по сумме дебиторской задолженности
	Ф8.3 в дополнение к ежемесячному контролю объемов продаж и дебиторской задолженности проводится еженедельный текущий контроль этих показателей
	Ф8.4 еженедельная/ежемесячная оценка результатов деятельности компании производится на основе анализа ключевых показателей эффективности (KPI)
Ф9. Набор персонала	Ф9.1 мы стараемся набирать в компанию энергичных и коммуникабельных людей
	Ф9.2 мы стараемся набирать людей, имеющих хорошие связи (прежде всего, родственные) в структурах, оказывающих влияние на закупки нашей продукции, или же закупающих ее
	Ф9.3 мы стараемся набирать людей, имеющих опыт работы, желательно на рынках, близких нашему
	Ф9.4 мы сформулировали перечень компетенций, которыми должен обладать сотрудник (в каждом отделе), исходя из особенностей его работы и технологий, которыми он должен пользоваться. Эти компетенции используем в качестве основы при проведении набора сотрудников
Ф10. Выработка профессиональных навыков	Ф10.1 мы исходим из того, что интенсивная практическая работа — лучший учитель
	Ф10.2 периодически сотрудники отделов собираются на короткие совещания, на которых более опытные коллеги помогают менее опытным разобраться в сложных ситуациях, возникающих в практической работе
	Ф10.3 руководители отделов периодически наблюдают за процессом выполнения сотрудниками поручаемых им задач и корректируют недочеты в их профессиональных навыках
	Ф10.4 по каждому сотруднику у нас есть специальный файл, в который мы заносим оценки по каждому его навыку; эта информация используется для последовательной выработки у сотрудников необходимых навыков с участием его руководителя

Таблица 3 — Относительные коэффициенты вариантов организации изученных функций в российских коммерческих компаниях различных организационных форм и численности персонала

Функции	Обозначение способа организации функции	Относительный весовой коэффициент способа организации изученных функций в компаниях				
		филиалы	самостоятельные компании	малые	средние	большие
Ф1. Формулирование целей деятельности компании	Ф1.1	0,2105	0,2389	0,2069	0,2368	0,3077
	Ф1.2	0,3421	0,3451	0,3908	0,2368	0,3462
	Ф1.3	0,2632	0,2389	0,2299	0,2895	0,2308
	Ф1.4	0,1842	0,1770	0,1724	0,2368	0,1154
Ф2. Разработка структуры продуктового портфеля компании	Ф2.1	0,3462	0,2881	0,3131	0,3000	0,2400
	Ф2.2	0,2308	0,2119	0,1919	0,2500	0,2800
	Ф2.3	0,1923	0,2627	0,2222	0,2500	0,3600
	Ф2.4	0,2308	0,2373	0,2727	0,2000	0,1200

Продолжение табл. 3

Ф3. Планирование закупок сырья и производства продукции	Ф3.1	0,3333	0,2615	0,2700	0,2973	0,2500
	Ф3.2	0,1111	0,2154	0,2200	0,1892	0,1000
	Ф3.3	0,2963	0,2615	0,2400	0,2432	0,4500
	Ф3.4	0,2593	0,2615	0,2700	0,2703	0,2000
Ф4. Выбор оптовых покупателей (дистрибуторов)	Ф4.1	0,2778	0,2839	0,2836	0,2308	0,3889
	Ф4.2	0,2222	0,2516	0,2388	0,2564	0,2778
	Ф4.3	0,2222	0,2452	0,2463	0,2564	0,1667
	Ф4.4	0,2778	0,2194	0,2313	0,2564	0,1667
Ф5. Разработка организационной структуры компании	Ф5.1	0,3667	0,3548	0,4022	0,2424	0,3448
	Ф5.2	0,2667	0,2984	0,3261	0,2424	0,2414
	Ф5.3	0,1333	0,1694	0,1196	0,2424	0,2069
	Ф5.4	0,2333	0,1774	0,1522	0,2727	0,2069
Ф6. Категоризация клиентов с целью обоснования распределения усилий компании между ними	Ф6.1	0,2424	0,2531	0,2571	0,2069	0,2692
	Ф6.2	0,2727	0,2593	0,2643	0,2759	0,2308
	Ф6.3	0,2121	0,2531	0,2357	0,2414	0,3077
	Ф6.4	0,2727	0,2346	0,2429	0,2759	0,1923
Ф7. Разработка рекламной стратегии	Ф7.1	0,2143	0,2857	0,2833	0,2333	0,2400
	Ф7.2	0,4048	0,2632	0,3000	0,2333	0,3600
	Ф7.3	0,2143	0,1729	0,1333	0,3333	0,2400
	Ф7.4	0,1667	0,2782	0,2833	0,2000	0,1600
Ф8. Контроль результатов деятельности компании	Ф8.1	0,1842	0,2813	0,3019	0,1622	0,2174
	Ф8.2	0,3684	0,2500	0,2830	0,2432	0,3043
	Ф8.3	0,2368	0,2578	0,2170	0,2973	0,3478
	Ф8.4	0,2105	0,2109	0,1981	0,2973	0,1304
Ф9. Набор персонала	Ф9.1	0,4074	0,3406	0,3659	0,3103	0,3077
	Ф9.2	0,0370	0,1014	0,1138	0,0345	0,0000
	Ф9.3	0,2222	0,3188	0,2683	0,3793	0,4615
	Ф9.4	0,3333	0,2391	0,2520	0,2759	0,2308
Ф10. Выработка профессиональных навыков	Ф10.1	0,4000	0,3333	0,3636	0,2593	0,3750
	Ф10.2	0,2333	0,2927	0,2545	0,2963	0,4375
	Ф10.3	0,2667	0,2276	0,2273	0,2963	0,1875
	Ф10.4	0,1000	0,1463	0,1545	0,1481	0,0000

Анализ полученных данных, свидетельствующих о частоте использования различных способов организации основных идентифицированных экспертами функций, реализуемых менеджментом российских компаний, показал, что:

1. Организация управленческой функции Ф1 «Формулирование целей деятельности компании» в компаниях всех типов по организационной принадлежности, а также в малых и больших по численности персонала наиболее часто осуществляется недостаточно технологичным способом: цели деятельности формулируются в виде финансового оборота (суммарного объема продаж),

который должен быть достигнут. В средних по численности персонала компаниях используется более прогрессивный способ целеполагания на основе применения концепции SMART — в виде объемов продаж конкретных продуктов и продуктовых групп.

2. Функция Ф2 «Разработка структуры продуктового портфеля компании» во всех компаниях, кроме больших по численности персонала, чаще всего организовывается российским менеджментом на самом низком технологическом уровне: клиентам предлагается недорогая продукция (товары и услуги), спрос на которую достаточно стабилен. В средних

по численности персонала компаниях менеджментом практикуется более технологичный способ формирования структуры продуктового портфеля, основывающийся на предложении клиентам пользующейся спросом продукции, и на выпуске продукции, ориентированной на большие продажи на растущих рынках.

3. Функция Ф3 «Планирование закупок сырья и производства продукции» во всех типах большинства компаний, кроме «больших», реализована на самом низком уровне: при планировании закупок комплектующих, сырья, а также производства продукции менеджмент компаний ориентируется на показатели предшествующего года. В больших по численности персонала компаниях и в некоторых филиалах, а также в некоторых малых по количеству сотрудников компаниях руководители используют наиболее технологичные способы организации функции: при планировании закупок комплектующих, сырья, а также производства продукции менеджмент ориентируется на прогнозы платежеспособного спроса в целевых группах покупателей и учитывает действия конкурентов, или рассчитывает (что является самым эффективным способом) ожидаемые доли рынков, которые может занять продукция компании в существующей конкурентной среде.

4. Функция Ф4 «Выбор оптовых покупателей (дистрибуторов)» реализуется руководством во всех самостоятельных организациях, в некоторых филиалах и в малых по численности персонала компаниях самым нетехнологичным способом: менеджмент предпочитает работать со своими постоянными оптовыми покупателями. В больших компаниях используется более технологичный способ организации функции: менеджмент работает с постоянными оптовыми покупателями и параллельно поставляет продукцию новым клиентам, обращающимся в отдел сбыта компании. Самый технологичный способ ор-

ганизации функции, который предполагает наиболее активную работу с оптовиками, обеспечивающими поставки продукции целевым группам покупателей, практикуется в некоторых филиалах и в средних по размеру компаниях.

5. Функция Ф5 «Разработка организационной структуры компании» чаще всего реализуется во всех типах компаний, кроме средних по размеру, наименее технологичным способом: используется стандартная организационная структура (склад, сбыт, бухгалтерия и т. п.). В средних по размеру компаниях функция организована самым технологичным способом: вначале выбирается бизнес-модель (преимущественная ориентация на работу с оптовыми компаниями либо с потребителями, большой отдел продаж либо интенсивная реклама, ориентация на массовый рынок либо на достаточно узкие целевые группы), затем описываются функции в рамках данной модели и создается организационная структура для реализации функций в планируемых объемах.

6. Реализация функции Ф6 «Категоризация клиентов с целью обоснования распределения усилий компании между ними» менеджментом многих компаний, кроме больших, организовывается недостаточно технологичным способом: все усилия концентрируются на тех клиентах, которые уже делают закупки у компании. В больших компаниях используется более технологичный подход, предполагающий концентрацию усилий на наиболее приоритетных клиентах, делающих наибольшие закупки у компании. Самый технологичный подход к организации функции (концентрация усилий на наиболее приоритетных клиентах, делающих наибольшие закупки (сходной продукции) у компании и у ее конкурентов, и концентрация основных усилий (при стремлении компании к увеличению доли рынка) на клиентах со средним и высоким уровнем приоритетности, со-

трудничество с которыми пока что находится на низком уровне) используется в некоторых филиалах и средних по размеру компаниях.

7. Организация функции Ф7 «Разработка рекламной стратегии» наиболее часто осуществляется менеджментом филиалов, малых и больших компаний недостаточно технологичным способом, при котором компания использует несколько рекламных каналов, отслеживая и минимизируя уровень расходов. Во всех самостоятельных организациях чаще всего реализуется самый нетехнологичный подход к организации функции: используется самый дешевый рекламный канал. В средних по размеру компаниях применяется более технологичный способ: используются рекламные каналы, ориентированные на наиболее широкую аудиторию получателей рекламных обращений.

8. Реализация функции Ф8 «Контроль результатов деятельности компании» в большинстве самостоятельных организаций и в малых компаниях организована на самом низком технологическом уровне (ежемесячная оценка результатов деятельности компании производится по суммарному объему продаж продукции), в большинстве филиалов — на более технологичном уровне (итоги результатов работы подводятся в конце каждого месяца по объему продаж продукции и по сумме дебиторской задолженности), в средних и больших компаниях — на высоком уровне (в дополнение к ежемесячному контролю объемов продаж и дебиторской задолженности проводится еженедельный текущий контроль этих показателей), а в некоторых средних по численности персонала компаниях еженедельная/ежемесячная оценка результатов деятельности компании производится на основе анализа ключевых показателей эффективности (KPI), что соответствует самому высокому уровню организации функции контроля.

9. Функция Ф9 «Набор персонала» организована во всех типах по численности персонала филиалах компаний и в малых по численности сотрудников организациях на самом низком технологическом уровне: в компанию набирают энергичных и коммуникабельных людей, в средних и больших по количеству персонала компаниях — на достаточно высоком технологическом уровне: в компанию набирают людей, имеющих опыт работы, желательно на рынках, близких рынкам компании.

10. К организации функции Ф10 «Выработка профессиональных навыков» менеджмент компаний всех организационных форм и малых организаций применяет самый нетехнологичный подход, опирающийся на тезис: интенсивная практическая работа — лучший учитель. В средних и больших компаниях применяют более технологичный способ: сотрудников отделов периодически собирают на короткие совещания, на которых более опытные коллеги помогают менее опытным разобраться в сложных ситуациях, возникающих в практической работе, а в некоторых средних по размеру компаниях руководители отделов периодически наблюдают за процессом выполнения сотрудниками поручаемых им задач и корректируют недочеты в их профессиональных навыках.

Таким образом, обобщая полученный результат (табл. 4), можно констатировать, что организация большинства изученных функций (Ф2, Ф3, Ф4, Ф5, Ф9 и Ф10) менеджментом российских компаний осуществляется самыми нетехнологичными способами или же недостаточно технологичными (организация функций Ф1, Ф6, Ф7 и Ф8).

Отметим, что в современной литературе имеются указания на ограниченное участие менеджмента современных российских компаний в решении вопроса об организации ряда функций управления [4, 5].

Таблица 4 — Относительные весовые коэффициенты вариантов организации изученных функций в российских компаниях

Функции	Обозначение способа организации функции	Относительный весовой коэффициент способа организации функции в компаниях
Ф1. Формулирование целей деятельности компании	Ф1.1	0,2318
	Ф1.2	0,3444
	Ф1.3	0,2450
	Ф1.4	0,1788
Ф2. Разработка структуры продуктового портфеля компании	Ф2.1	0,2986
	Ф2.2	0,2153
	Ф2.3	0,2500
	Ф2.4	0,2361
Ф3. Планирование закупок сырья и производства продукции	Ф3.1	0,2739
	Ф3.2	0,1975
	Ф3.3	0,2675
	Ф3.4	0,2611
Ф4. Выбор оптовых покупателей (дистрибуторов)	Ф4.1	0,2827
	Ф4.2	0,2461
	Ф4.3	0,2408
	Ф4.4	0,2304
Ф5. Разработка организационной структуры компании	Ф5.1	0,3571
	Ф5.2	0,2922
	Ф5.3	0,1623
	Ф5.4	0,1883
Ф6. Категоризация клиентов с целью обоснования распределения усилий компании между ними	Ф6.1	0,2513
	Ф6.2	0,2615
	Ф6.3	0,2462
	Ф6.4	0,2410
Ф7. Разработка рекламной стратегии	Ф7.1	0,2686
	Ф7.2	0,2971
	Ф7.3	0,1829
	Ф7.4	0,2514
Ф8. Контроль результатов деятельности компании	Ф8.1	0,2590
	Ф8.2	0,2771
	Ф8.3	0,2530
	Ф8.4	0,2108
Ф9. Набор персонала	Ф9.1	0,3515
	Ф9.2	0,0909
	Ф9.3	0,3030
	Ф9.4	0,2545
Ф10. Выработка профессиональных навыков	Ф10.1	0,3464
	Ф10.2	0,2810
	Ф10.3	0,2353
	Ф10.4	0,1373

Библиографический список

1. Базарова, Л. А. Новые функции менеджмента на современном этапе развития социально-экономической системы // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2005. — № 1. — С. 22–25.

2. Белова, В. П. Функции менеджмента: определения и содержание // Научный вестник МГИИ. — 2014. — № 4. — С. 73–88.

3. Бурцева, М. Н., Чернявская, А. Р. Взаимосвязь функций менеджмента // Экономическая среда. — 2016. — № 2 (16). — С. 68–70.

4. *Димитриади, Н. А.* Реализация предпринимательского проекта в современной России. — Ростов н/Д : Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2009.

5. *Димитриади, Н. А., Ароян, Н. М., Ходарева, Т. А.* Об эффективности систем управления продажами в российских предпринимательских структурах [Электронный ресурс] // Менеджмент и бизнес — администрирование. — 2013. — № 4. — Режим доступа : <http://www.mba-journal.ru/archive/2013/4>.

6. *Комарова, А. В.* Управление знаниями как новая функция менеджмента // Труды Российского государственного университета нефти и газа им. И. М. Губкина. — 2010. — № 3. — С. 165–173.

7. *Кузнецова, И. С.* Модели лидерства, реализуемые руководителями современных российских компаний // Гуманитарные и социально-экономические науки. — 2016. — № 6 (91). — С. 117–124.

8. *Пешкова, И. С.* Специфика финансового маркетинга как интегральной функции менеджмента // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2006. — № 5. — Т. 10. — С. 183–186.

9. *Пономарёва, А. М., Пономарёв, А. И.* Оценка эффективности продвижения как функция менеджмента: современные подходы // Государственное и муниципальное управление : уч. зап. СКАГС. — 2014. — № 1. — С. 49–55.

10. *Файоль, А., Эмерсон, Г., Тейлор, Ф., Форд, Г.* Управление — это наука и искусство. — М. : ИНФРА-М, 2012.

11. *Rogers, B. S.* Study of management functions, activities and abilities needed by middle management personnel in local governments. — ProQuest Dissertations and Theses, 1983.

Bibliographic list

1. *Bazarova, L. A.* New functions of management at present stage of development of social and economic system // Bulletin of Belgorod university of cooperation, economy and right. — 2005. — № 1. — P. 22–25.

2. *Belova, V. P.* Functions management: determinations and maintenance // Scientific bulletin of MGII. — 2014. — № 4. — P. 73–88.

3. *Burtseva, M. N., Chernyavskaya, A. R.* Interrelation of functions of management // Economic environment. — 2016. — № 2 (16). — P. 68–70.

4. *Dimitriadi, N. A.* Implementation of entrepreneurial project in modern Russia. — Rostov-on-Don, 2009.

5. *Dimitriadi, N. A., Aroyan, N. M., Hodareva, T. A.* About efficiency of management systems sales in Russian entrepreneurial structures [Electronic resource] // Management and business — administration. — 2013. — № 4. — Mode of access : <http://www.mba-journal.ru/archive/2013/4>.

6. *Komarova, A. V.* Knowledge management as new function of management // Works of Gubkin Russian State University of Oil and Gas. — 2010. — № 3. — P. 165–173/

7. *Kuznetsova, I. S.* Leadership models realized by heads of modern Russian companies // Humanitarian and social and economic sciences. — 2016. — № 6 (91). — P. 117–124.

8. *Peshkova, I. S.* Specifics of financial marketing as integral function of management // News of Volgograd State Technical University. — 2006. — № 5. — Т. 10. — P. 183–186.

9. *Ponomareva, A. M., Ponomarev, A. I.* Promotion efficiency evaluation as management function: modern approaches // Public and municipal administration. Scientific notes of SKAGS. — 2014. — № 1. — P. 49–55.

10. *Fayol, A., Emerson, G., Taylor, F., Ford, G.* Management is a science and art(s). — М. : INFRA-M, 2012.

11. *Rogers, B. S.* A study of management functions, activities and abilities needed by middle management personnel in local governments. — ProQuest Dissertations and Theses, 1983.

Е. Ю. Сергеева

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация

В статье проводится исследование вопросов необходимости создания обучающейся организации в контексте условий нестабильности внешней среды и концепции образования в течение всей жизни. Выявлено, почему и в каком направлении компаниям необходимо трансформироваться, чтобы остаться конкурентоспособными, что мешает построить обучающуюся компанию, влияние неквалифицированных кадров. В данном контексте выделены современные факторы, способствующие повышению производительности труда, а также предложен алгоритм организационных изменений, представляющий собой комплексную систему мероприятий, нацеленных на создание обучающейся организации и повышении адаптивности компании.

Ключевые слова

Обучающаяся организация, lifelong learning, производительность труда, corporate learning.

E. Yu. Sergeeva

INFLUENCE RESEARCH OF MACROECONOMIC FACTORS ON EFFICIENCY OF CREDIT INSTITUTIONS ACTIVITY

Annotation

In article the research of questions of need of creation of learning organization in context of conditions of instability of external environment and concept of education during all life is conducted. It is revealed why and in what direction to companies it is necessary to be transformed to remain competitive that prevents to construct the studying company, influence of an unskilled personnel. In this context the modern factors promoting work performance improvement are allocated and also the algorithm of organizational changes representing the complex system of actions aimed at creation of learning organization and increase in adaptively of company is offered.

Keywords

Learning organization, lifelong learning, organizational performance, corporate learning.

Авторами были использованы методы стратегического планирования, теории менеджмента, факторный анализ, а также синтез, индукция, дедукция и систематизация.

Проблема повышения адаптивности компаний к изменчивости внешней среды волнует мировое научное сообщество не одно десятилетие. Однако в последние несколько лет вопросы создания обучающейся организации, особенно во взаимосвязи с повышением

производительности труда, приобрели наибольшую актуальность. Ученых волнуют как частные вопросы, такие как формальное и неформальное обучение на рабочем месте (A. Manuti at al, 2015; R. A. Noe, 2014), влияние корпоративной культуры или поощрения инноваций на конкурентоспособность фирмы (C. A. O'Reilly III at al, 2013; G. Martin-de Castro at al, 2013;), так и общие, касательно преимуществ, которые дает обучение и развитие как инди-

видам, компаниям так и обществу в целом (Н. Aguinis et al, 2009; E. Vucciarella, 2017; M. Diaz-Fernandez, 2016).

Реалии современного мира таковы, что именно быстрое и качественное освоение нового является конкурентным преимуществом. Это связано с ускорением НТП, со скачкообразным ростом новых информационных технологий, с общей экономической нестабильностью, когда нестабильность становится нормой как мировой, так и любой локальной экономики, поэтому компании хотят стать более приспособленными к изменениям. Постоянное наслаивание и смена технологий ведут к смене оборудования, программного обеспечения, рабочей среды, методов работы и пр. Узкие знания и навыки нуждаются в частом, а то и постоянном обновлении. Это приводит не только к тому, что традиционное образование оказывается не способно отвечать потребностям не только компаний, но и отдельного человека. По словам главы Сбербанка России Германа Грефа, «Чем мы страдаем? Это переполненность знаниями и недостаток навыков в обучении. Мы как работодатель, в первую очередь хотим получать людей с навыками, потому что знания, обширность этих знаний сегодня являются вторичными» [16].

Изменились привычки получения информации: способы, объемы и качество. Люди не только привыкли получать знания в дозированном виде, но и из-за сильного информационного шума изменились их способности к восприятию информации. Кроме того, благодаря развитию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), потреблять знания стало возможным в любое свободное время и на разных электронных устройствах. Сами знания стали легкодоступны любому человеку, имеющему доступ в интернет. Бурный рост технологий приводит к необходимости учиться всю жизнь. Появляются

такие понятия как образование в течение всей жизни (lifelong learning), смешанное обучение (blended learning), микрообучение, модульное обучение, адаптивное обучение, холакратия, педагогический дизайн, андрагогика, массовые открытые онлайн курсы — MOOC (MOOCs), образовательные youtube-каналы и пр. Возникают новые способы организации труда, такие как agile, канбан, scrum и другие, которые имеют корни в ИТ-сфере, но все больше распространяются на остальные, также как сама ИТ-сфера все сильнее распространяется и охватывает практически все конкурентоспособные отрасли. Все это не может не оказывать влияние на потребности человека и на его ожидания относительно образования. В связи с этим возникла необходимость в людях, имеющих универсальные, надпрофессиональные и творческие навыки, которые способны быстро и качественно адаптироваться к условиям неопределенности — принимать быстрые решения, брать ответственность, овладевать новыми навыками и знаниями и т. д.

Бурное развитие технологий привело к тому, что нынешние компании имеют возможность учить не только выдающихся работников, но и всех остальных. Кроме того, компании могут учить не только знаниям и давать навыки, требуемые для конкретной должности, но и навыкам, не связанным с выполняемой работой напрямую. Как считает Питер Сенге, который ввел термин «обучающаяся организация»: «возникновение обучающихся организаций является элементов эволюции индустриального общества. Массовый материальный достаток постепенно изменил отношение людей к труду» [3]. Иными словами, в изобильном мире человеку требуется нечто большее, чем материальная оплата труда. Успех современной организации кроется в стремлении не только добиться успеха, но и добиться благополучия и личностного раз-

вития своих сотрудников. И именно из личного роста отдельных работников складывается общий организационный рост. То есть то, насколько компания способна к адаптации, зависит от уровня ее человеческого капитала (ЧК). Таким образом, именно качество человеческого капитала влияет на конкурентоспособность организации. От качества ЧК зависит производительность труда в компании.

Традиционное образование было создано для нужд эпохи индустриализации. Как правило, оно получалось один раз и человек всю жизнь работал в выбранном направлении. Теперь же, когда одни профессии исчезают, а другие появляются в короткие сроки, традиционное образование должно давать по-настоящему фундаментальные, базовые знания и надпрофессиональные навыки. Согласно исследованию Всемирного Экономического Форума — *Future of Jobs — 2016*, к основным рабочим навыкам, которые будут востребованы к 2020 г., относятся следующие: комплексное многоуровневое решение проблем (*Complex problem solving*), критическое мышление (*Critical thinking*), креативность в широком смысле (*Creativity*), умение управлять людьми (*People management*), взаимодействие с людьми (*Coordinating with others*), эмоциональный интеллект (*Emotional intelligence*), формирование собственного мнения и принятие решений (*Judgment and decision-making*), клиентоориентированность (*Service orientation*), умение вести переговоры (*Negotiation*), когнитивная гибкость (*Cognitive flexibility*) [1]. Однако на данный момент, поскольку система образования не только в России, но и в мире находится в кризисном состоянии, компаниям необходимо пересматривать свое отношение к своим человеческим ресурсам и превращаться в обучающуюся организацию. Для поддержания конкурентоспособности в мире быстрого технологического прогресса компаниям

необходимо заниматься накоплением собственного корпоративного человеческого капитала — заниматься организационной памятью, которая не исчезает вместе с ушедшими работниками, а остается внутри компании и составляет основу интеллектуального капитала фирмы. По нашему мнению, это возможно через создание комплексной системы стимулирования труда, системы непрерывного обучения и накопления знаний, наставничества и выстраивание корпоративной архитектуры (организационный дизайн).

Создание комплексной системы стимулирования труда подразумевает изменение отношения к персоналу, поскольку изменились потребности и возможности человека. Компаниям необходимо прийти к пониманию, что рабочее время занимает большую часть жизни дееспособного человека, поэтому забота о работнике — это не расходы, а инвестирование в человеческий капитал компании. Это предполагает профессиональное развитие работника, заботу о его здоровье и благополучии (медицинское обслуживание, профилактика заболеваний, полноценное питание, улучшение жилищных условий, помощь в организации детского отдыха и т. д.). Это меры, которые позволяют увеличить производительность труда за счет повышения профессионализма, удовлетворенности от работы и от жизни в целом, снижения уровня тревожности, повышения и поддержание уровня здоровья, высвобождение энергии на результативный труд. Меры такого рода позволяют добиться лояльности сотрудников, не прибегая к денежной мотивации, которая сама по себе — явление временного порядка. Развитие комплексной системы стимулирования труда включает в себя и мероприятия по созданию и поддержанию организационной культуры. Создание организационной культуры на предприятиях России позволит заняться решением проблемы нацио-

нального менталитета, который проявляется в отношении к труду. Во-первых, отсутствует установка на производительный труд; во-вторых, нет культуры труда, трудовой дисциплины; в-третьих, для основной массы населения не существует ценности труда.

Создание собственной системы непрерывного обучения снижает зависимость компании от конъюнктуры на рынке труда, а также позволяет решить проблему недостаточно квалифицированной рабочей силы. Влияние некавалифицированных кадров на компанию проявляется через:

- снижение производительности труда;
- трудности с внедрением новых технологий и обновлением основных фондов;
- неэффективность бизнес-процессов;
- увеличение производственного брака;
- снижение качества продукции и предоставляемых услуг;
- отсутствие лидеров и кандидатов на управленческие позиции;
- текучесть кадров и пр.

Внедрение корпоративной системы обучения актуально в связи с ускорением научно-технического прогресса, частыми и скачкообразными технологическими прорывами, техническим обновлением и общемировой нестабильностью. Компании сталкиваются с необходимостью постоянного или частого обновления знаний и навыков, в выработке универсальных навыков, которые позволяли бы работникам успешно и творчески решать рабочие вопросы. Тренд, запрос в бизнес-среде на лидерство и повышение креативности персонала связан с турбулентностью мирохозяйственной среды, в связи с чем требуется принятие решений и ответственности, нестандартные подходы на всех уровнях.

Создание обучающейся организации имеет целью постоянную актуализацию

профессиональных знаний и навыков работников. Вместе с остальными мерами, такими как создание и поддержание организационной культуры, построение корпоративной архитектуры и пр., о чем мы упоминали выше, создание корпоративной системы обучения работает на повышение эффективности труда и в целом — конкурентоспособности компании.

На данный момент образование, которое человек получает после окончания университета, носит разрозненный характер. За редким исключением, системное и регулярное профессиональное развитие инициируется работником самостоятельно и за пределами предприятия. На самих предприятиях, в подавляющих случаях, обучающие мероприятия не представляют собой целостной системы, соотнесенной со стратегическими целями развития компании и учитывающей общеэкономические и отраслевые — внешние тенденции. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, в России в 2016 г. получили дополнительное профессиональное образование свыше 2 млн 832 тыс. человек, при общем количестве работников списочного состава свыше 30 млн человек. При этом свыше 700 тыс. человек — жители Центрального федерального округа, из них свыше 500 тыс. — жители Москвы [2]. Между тем корпоративное образование способно решать такие основные задачи как недостаточная или неактуальная квалификация наемного персонала, текучесть кадров и низкая эффективность труда, социальная гармонизация общества.

Концепция обучения на протяжении жизни (lifelong learning) — очень популярный образовательный тренд в развитых странах, кроме национальной стратегии образования предполагает наличие развитых и эффективных систем обучения на рабочем месте и формирование соответствующих навыков, с помощью которых человек может ре-

зультативно самообучаться в течение своей жизни. Непрерывное профессиональное образование (НПО) является важной частью концепции *lifelong learning* и в условиях бурного развития ИКТ, НПО может и должно охватывать, как мы уже отмечали выше, работников всех уровней на разных этапах их трудовой деятельности. Современный уровень управления человеческими ресурсами предоставляет возможности для эффективной ротации кадров, для нелинейного построения карьеры и смены траекторий профессионального роста. Это позволяет как индивиду реализоваться, в соответствии со своими потребностями, возможностями и способностями внутри компании, так и компании эффективно использовать имеющиеся кадры.

В России из-за недостаточно высокого уровня управления человеческим капиталом менталитета и устаревшей образовательной парадигмы, что приводит к получению не актуальных знаний и неспособности их применить на практике, все это способствует излишней мобильности трудовых ресурсов. Текущее состояние кадров не способствует уверенности работодателя в возвращении инвестиций в обучение персонала в виде повышения производительности труда.

В современных научных исследованиях, посвященных экономическим проблемам, тема влияния обучения, обучающей организации на производительность труда является одной из самых актуальных. Тема рассматривается под разными углами — с позиции работодателя, работника, общества и государства. Проблема изучается в контексте концепции обучения на протяжении всей жизни, непрерывного профессионального образования, повышения эффективности труда, новых образовательных технологий, на фоне бурного роста массовых открытых онлайн-курсов (МООК), реформы образования, инновационной культуры и пр. Однако задача обучающей организации в первую очередь свя-

зана с постоянной актуализацией знаний и навыков. Обучающаяся организация — это гибкая организация, которая создает, перенимает, накапливает и передает знания и навыки в условиях быстрых перемен внешней среды.

Что мешает организации стать обучающейся, основные факторы: низкая отдача от обучения стереотипное мышление (P. Senge, 2009, H. Bahar Aczi at al, 2016) жесткая и неэффективная организационная структура разобщенность персонала отсутствие корпоративной культуры (отсутствуют общие ценности, видение, лояльность, открытость новому и пр.); организация труда и атмосфера не способствующая, не поощряющая обучение; отсутствие встроенных в рабочий процесс обучающих элементов; отсутствие понимания и видения у руководства; нет системы передачи (наставничество) и накопления знаний и навыков, инструментов поощрения нововведений (рационализаторства); игнорирование такого канала обучения, как обмен опытом с партнерами и поставщиками и пр.

Что положительно влияет на повышение производительности, некоторые факторы: неформальное обучение (H.-J. Kim at al, 2016); личная вовлеченность (L. Fletcher, 2016); передача знаний (L. Argote at al, 2016); отсутствие препятствий для ноу-хау (рационализаторства); лидерство; накопление и обмен знаниями (H. W. Shin at al, 2017) и пр.

На наш взгляд, решение проблем конкурентоспособности фирмы, повышения эффективности и производительности труда, адаптивности к меняющимся внешним условиям возможно только при комплексном, системном подходе. Невозможно построить обучающуюся организацию без учета особенностей национального менталитета, также как невозможно внедрить передовые образовательные инструменты и методы, не занявшись организационным дизайном, созданием современной си-

стемы управления человеческими ресурсами. По нашему мнению, алгоритм организационных изменений может быть следующим:

- аудит бизнес-стратегии предприятия;
- моделирование обучающейся организации;
- выявление и анализ существующих бизнес-процессов компании;
- оптимизация организационной структуры (организационный дизайн), бизнес-процессов;
- создание стратегии управления человеческими ресурсами;
- разработка и внедрение корпоративной культуры;
- создание и внедрение элементов обучающейся организации (системы непрерывного накопления, обмена, получения и передачи знаний и навыков).

Неустойчивость мировой экономики, ускоренное и скачкообразное развитие науки и прорывных технологий, в особенности информационно-коммуникационных технологий изменило как деловую, так и трудовую, личную парадигмы. Эпоха экономики знаний вывела на первую роль человека. Способом адаптации бизнеса к неустойчивой среде стало инвестирование в человеческий капитал — создание обучающейся организации через систему обучения, передачу, обмен знаниями и накопление человеческого капитала внутри компании, создание атмосферы, способствующей развитию. Однако построить обучающуюся организацию невозможно без сопутствующих мероприятий — комплексного, системного подхода, способного отладить механизм функционирования предприятия и повысить его адаптивные способности во внешней среде.

Библиографический список

1. Future of Jobs. World Economic Forum [Электронный ресурс]. — Режим

доступа : http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf.

2. Бюллетень «Повышение квалификации и профессиональная подготовка работников организаций в 2016 г.». ФСТС — [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/bbd2da8043f81ba38a78cbd92111eac8 (дата обращения 22.05.2017).

3. Сенге, П. Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающейся организации. — М. : Олимп-Бизнес, 2009.

4. Manuti, A., Pastore, S., Scardigno, A., Giancaspro, M. L., Morciano, D. Formal and informal learning in the workplace: a research review // International Journal of Training and Development.

5. Noe, R. A. et al. Learning in the Twenty-First Century Workplace // Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav. — 2014. — № 1. — P. 245–275.

6. Charles, A., O'Reilly, I., Tushman, M. L. Organizational Ambidexterity: Past, Present and Future [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2285704 (дата обращения: 26.10.2016).

7. Martin-de Castro, G., Delgado-Verde, M., Navas-López, J. E., Cruz-González, J. Moderating role of innovation culture in relationship between knowledge assets and product innovation // Technological Forecasting & Social Change. — 2013. — № 80. — P. 351–363.

8. Aguinis, H., Kraiger, K. Benefits of Training and Development for Individuals and Teams, Organizations, and Society // Annu. Rev. Psychol. — 2009. — № 60. — P. 451–474.

9. Bahar Aşcı, H., Fatma Zehra Tanb, Furkan Altuntaş. Strategic Approach For Learning Organizations: Mental Models // Procedia — Social and Behavioral Sciences. — 2016. — № 235. — P. 2–11.

10. *H.-J. Kim, Joshua D. Hawleyb, Daeyeon Choc, Youngsup Hyund and Jae-Hyun Kim*. Influence of learning activity on low-skilled workers' skill improvement in South Korean manufacturing industry [Электронный ресурс] // Human Resource Development International. — 2016. — Vol. 19. — № 3. — P. 209–228. — Режим доступа : <http://dx.doi.org/10.1080/13678868.2015.1122895>.

11. *Shin, H. W., Picken, J. C., Gregory G. Dess*. Revisiting the learning organization: How to create it. *Organizational Dynamics*. — 2017. — № 46. — P. 46–56.

12. *Bucciarellia, E., Muratoreb, F. Odoardib, I.* Consolidation processes of human capital in modern economic growth dynamics: an estimate based on the role of European corporate e-learning activities // *Procedia Social and Behavioral Sciences*. — 2010. — № 9. — P. 622–627.

13. *Argote, L., Fahrenkopf, E.* Knowledge transfer in organizations: The roles of members, tasks, tools, and networks // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. — 2016. — № 136. — P. 146–159.

14. *Fletcher, L.* Training perceptions, engagement, and performance: comparing work engagement and personal role engagement [Электронный ресурс] // Human Resource Development International. — 2016. — Vol. 19. — № 1. — Режим доступа : <http://dx.doi.org/10.1080/13678868.2015.1067855>.

15. *Diaz-Fernandez, M., et al.* Human capital and human resource management to achieve ambidextrous learning: structural perspective [Электронный ресурс] // *BRQ Bus. Res. Q.* 2016. — Режим доступа : <http://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.002>.

16. Российские вузы должны обучать навыкам XXI века, заявил Герман Греф. РИА Новости [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ria.ru/society/20161207/1483041883.html> (дата обращения: 20.04.2017).

Bibliographic list

1. Future of Jobs. World Economic Forum [Electronic resource]. — Mode of access : http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf

2. Bulletin: Advanced Training and Professional Training of Employees of Organizations in 2016. FSGS [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rossstat/ru/statistics/publications/catalog/bbd2da8043f81ba38a78cbd92111eac8 (date of access: 22.05.2017).

3. *Senge, P.* Fifth discipline. Art and practice of self-training organization. — М. : Olympe-business, 2009.

4. *Manuti, A., Pastore, S., Scardigno, A., Giancaspro, M. L., Morciano, D.* Formal and informal learning in workplace: research review // *International Journal of Training and Development*.

5. *Noe, R. A. et al.* Learning in Twenty-First Century Workplace // *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.* — 2014. — № 1. — P. 245–275.

6. *Charles, A., O'Reilly, I., Tushman, M. L.* Organizational Ambidexterity: Past, Present and Future [Electronic resource]. — Mode of access : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2285704 (дата обращения: 26.10.2016).

7. *Martin-de Castro, G., Delgado-Verde, M., Navas-López, J. E., Cruz-González, J.* Moderating role of innovation culture in relationship between knowledge assets and product innovation // *Technological Forecasting & Social Change*. — 2013. — № 80. — P. 351–363.

8. *Aguinis, H., Kraiger, K.* Benefits of Training and Development for Individuals and Teams, Organizations, and Society // *Annu. Rev. Psychol.* — 2009. — № 60. — P. 451–474.

9. *Bahar Aşcıa, H., Fatma Zehra Tanb, Furkan Altıntaşc.* Strategic Approach For Learning Organizations: Mental Models // *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. — 2016. — № 235. — P. 2–11.

10. *Kim H.-J., Joshua D. Hawleyb, Daeyeon Choc, Youngsup Hyund and Jae-Hyun Kim.* Influence of learning activity on low-skilled workers' skill improvement in South Korean manufacturing industry // Human Resource Development International [Electronic resource]. — 2016. — Vol. 19. — № 3. — P. 209–228. — Mode of access : <http://dx.doi.org/10.1080/13678868.2015.1122895>

11. *Shin, H. W., Joseph C. Picken, Gregory G. Dess.* Revisiting the learning organization: How to create it // Organizational Dynamics. — 2017. — № 46. — P. 46–56.

12. *Bucciarellia, E., Muratoreb, F., Odoardib, I.* Consolidation processes of human capital in modern economic growth dynamics: an estimate based on the role of European corporate e-learning activities // Procedia Social and Behavioral Sciences. — 2010. — № 9. — P. 622–627.

13. *Argote, L., Fahrenkopf, E.* Knowledge transfer in organizations: roles of

members, tasks, tools, and networks. // Organizational Behavior and Human Decision Processes. — 2016. — № 136. — P. 146–159.

14. *Fletcher, L.* Training perceptions, engagement, and performance: comparing work engagement and personal role engagement // Human Resource Development International. — 2016. — Vol. 19. — № 1. — P. 4–26.

15. <http://dx.doi.org/10.1080/13678868.2015.1067855>.

16. *Diaz-Fernandez, M., et al.* Human capital and human resource management to achieve ambidextrous learning: A structural perspective // BRQ Bus. Res. Q. 2016 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.002>.

16. Russian higher education institutions have to train in skills of 21st century, German Gref said. RIA Novosti [Electronic resource]. — Mode of access : <https://ria.ru/society/20161207/1483041883.html> (date of access: 20.04.2017).

С. Г. Тяглов, Е. В. Сетракова

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

Аннотация

Статья посвящена функционированию системы оценки воздействия социального партнерства. Представлен обзор соглашений социального партнерства Ростовской области, регулирование социально-трудовых отношений через эффективность и результативность. Обобщена практика участия в конкурсе на оценку эффективности применения социального партнерства и социальной ответственности. Приведены основные концепции применения результативности социального партнерства.

Ключевые слова

Социальная ответственность, оценка эффективности и результативности системы социального партнерства, трехсторонние соглашения, организации высокой социальной активности и ответственности.

S. G. Tyaglov, E. V. Setrakova

EFFICIENCY EVALUATION OF SOCIAL PARTNERSHIP

Annotation

Article is sanctified to functioning of system of estimation of influence of social partnership. Review of agreements of social partnership of Rostov area, adjusting of socially-labor relations, is presented through efficiency and effectiveness. Practice of participating is

generalized in a competition on estimation of efficiency of application of social partnership and social responsibility. Basic conceptions over of application of effectiveness of social partnership are brought.

Keywords

Social responsibility, estimation of efficiency and effectiveness of system of social partnership, three-way agreements, organizations of high-social activity and responsibility.

Понятия «корпоративная социальная ответственность» и «социальное партнерство» не новы для предпринимательского сообщества Российской Федерации и ее регионов. Много ученых уже занимается адаптацией принципов данного понятия к российским реалиям. Однако для полного внедрения и повсеместного применения основных постулатов корпоративной социальной ответственности российскими предприятиями еще далеко. Некоторые фирмы применяют только поверхностно основные принципы данного понятия, некоторые только имеют общее представление.

В традиционном смысле социальное партнерство используется в сфере социально-трудовых отношений. В этой сфере рассматриваются вопросы взаимоотношений между работодателем, работниками и государством. Однако система социального партнерства уже вышла за эти рамки и стала применяться в различных сферах, социальных группах общества [3].

В организациях Ростовской области, как и во многих других регионах Российской Федерации, регулирование социально-трудовых отношений осуществляется на основе социального партнерства [2]. В настоящее время основными показателями развития социального партнерства являются соглашения и коллективные договоры, заключаемые основными участниками системы социального партнерства (основными участниками могут являться государство, работодатели, работники через организации и объединения профсоюзов).

Согласно официальным данным Правительства Ростовской области, в регионе внедрены региональные, территориальные, отраслевые и иные соглашения, регулирующие вопросы оплаты труда, социальной защищенности работников и другие социальные вопросы работающего населения, а в 2016 г. и межрегиональное соглашение (структура видов соглашений представлена в таблице 1).

Таблица 1 — Структура видов соглашений, действующих на территории Ростовской области*

	01.01.2016	01.01.2017
Межрегиональное соглашение	0	1
региональное трехстороннее соглашение	1	1
территориальные трехсторонние соглашения	55	55
отраслевые соглашения	116	106
иные соглашения, заключенные между администрацией муниципального образования и конкретным работодателем, индивидуальным предпринимателем, имеющим наемную рабочую силу по отдельным направлениям регулирования социально-трудовых отношений	3667	3729

* Составлена на основании материалов [2].

Правительством Ростовской области, РОООП «Федерация Профсоюзов Ростовской Области» и Союзом работодателей Ростовской области заключено очередное, трехстороннее соглашение, основной целью которого является обеспечение социально-экономического роста и благополучия жителей области. В целях реализации указанного соглашения комиссией разрабатывается блок определенных мероприятий.

Правительство Ростовской области особенно заинтересовано, чтобы в реализации Соглашений участвовали не только бюджетные, муниципальные учреждения, крупный и средний бизнес, но и принимали непосредственное участие малый бизнес и индивидуальные предприниматели. Правительство Ростовской области контролируя выполнение пунктов трехсторонних соглашений гарантирует право работников определенную защищенность трудовых отношений, повышение определенного качества жизни работников предприятий, снижение безработицы; со стороны работодателей повышение доходности предприятий, в том числе и за счет роста производительности труда, сохранение и модернизацию существующих рабочих мест, а также и создание новых рабочих мест.

Согласно данным, размещенным на официальном сайте Правительства Ростовской области, на 1 января 2016 г. к Соглашению присоединилось 15 026 организаций, что в 2,8 раза превышает их количество на период начала действия Соглашения (5 500 организаций). Доля присоединившихся организаций (61,6 %) превысила плановое значение на 1,6 процентных пункта. На 01.01.2017 к Ростовскому областному трехстороннему (региональному) соглашению между Правительством Ростовской области, РОООП «Федерация Профсоюзов Ростовской области» и Союзом работодателей Ростовской области на 2014–2016 гг. присоединились

72,47 %, или 14 517 организаций от числа действующих в области (20,03 тыс.). Кроме того, присоединилось 2 008 микропредприятий и 2 505 индивидуальных предпринимателей области, при плановом показателе в 70 %. Количество присоединившихся организаций увеличилось, с начала действия Соглашения, в 2,6 раза (с 5,5 тысяч до 14,5 тысяч) [2].

Правительство Ростовской области с 2010 г. организует проведение регионального этапа в ежегодном Всероссийском конкурсе «Российская организация высокой социальной эффективности». Целью привлечения внимания к этому конкурсу Правительство РО ставит: усиление заинтересованности и социальной ответственности как работодателей, так и работников в повышении эффективности производства, достижении высокой производительности труда, создании условий, обеспечивающих сохранение здоровья и защиту жизни работников, соблюдении трудового законодательства [2].

Конкурс «Российская организация высокой социальной эффективности» проводится ежегодно, начиная с 2000 г. Главной целью конкурса организаторы считают привлечение общественного внимания к важности решения социальных вопросов на уровне организаций, выявление лучших социальных проектов, создание позитивного социального имиджа организаций [7]. Участвуя в конкурсе предприятия и учреждения представляют свою корпоративную политику, направления в улучшении кадровой и трудовой политики, мероприятия, которые позволяют сохранить существующие условия охраны труда, а также резервы улучшения условий труда, политику по внедрению и совершенствованию системы социального партнерства, социальной направленности и другие. Основные номинации всероссийского конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности» представлены в таблице 2.

**Таблица 2 — Номинации всероссийского конкурса
«Российская организация высокой социальной эффективности» [8]**

Приоритетные задачи социальной политики	Наименование номинации (на федеральном и региональном уровнях)
Развитие рынка труда и содействие занятости населения	За создание и развитие рабочих мест в организациях производственной сферы
	За создание и развитие рабочих мест в организациях непроизводственной сферы
Создание условий труда, позволяющих сохранить здоровье работников в процессе трудовой деятельности	За сокращение производственного травматизма и профессиональной заболеваемости в организациях производственной сферы
	За сокращение производственного травматизма и профессиональной заболеваемости в организациях непроизводственной сферы
Развитие трудового и личностного потенциала работников	За развитие кадрового потенциала в организациях производственной сферы
	За развитие кадрового потенциала в организациях непроизводственной сферы
Создание условий для ведения здорового образа жизни, распространение стандартов здорового образа жизни	За формирование здорового образа жизни в организациях производственной сферы
	За формирование здорового образа жизни в организациях непроизводственной сферы
Распространение принципов социального партнерства, развитие новых форм социального партнерства	За развитие социального партнерства в организациях производственной сферы
	За развитие социального партнерства в организациях непроизводственной сферы
Развитие малого предпринимательства	Малая организация высокой социальной эффективности
Содействие развитию практики благотворительной деятельности граждан и организаций	За участие в решении социальных проблем территорий и развитие корпоративной благотворительности

В номинации «За развитие социального партнерства» основные анали-

зируемые показатели представлены в таблице 3.

Таблица 3 — Свод показателей для номинации
«Развитие социального партнерства»*

Распространение принципов социального партнерства, развитие новых форм социального партнерства	
1. Развитие социального партнерства	2. Результативность социального партнерства в организации
1.1. Участие (членство) в объединении работодателей (общероссийском, региональном, территориальном, отраслевом, межотраслевом и т. д.) участие в объединении работодателей	2.1. Содержание условий коллективного договора (соглашений), устанавливающих дополнительные социальные гарантии работникам
1.2. Распространение на организацию и ее работников действия соглашений в области социального партнерства в сфере труда	2.2. Содержание условий коллективного договора, соглашений, устанавливающих дополнительные меры по развитию организации (бизнеса)
1.3. Участие (членство) представителей организаций в составе комиссий и рабочих групп в формах социального партнерства на федеральном, межрегиональном, региональном, территориальном, отраслевом (межотраслевом) уровне	2.3. Социальный пакет: предоставление жилья; оплата аренды жилья; предоставление работникам беспроцентных денежных ссуд на приобретение жилья; оплата обучения работников; предоставление работникам беспроцентных денежных ссуд на обучение; наличие собственной медицинской службы в организации (медсанчасть, медпункт, медкабинет и т. п.); добровольное страхование здоровья (обеспечение полисами ДМС); и др.
1.4. Наличие коллективного договора	
1.5. Выполнение условий коллективного договора, улучшающих положение работников по сравнению с действующим законодательством:	
1.6. Наличие в организации постоянно действующей комиссии по регулированию социально-трудовых отношений	
1.7. Сферы полномочий комиссии (комиссий) по регулированию социально-трудовых отношений в организации: разрешение трудовых споров; охрана труда; оплата труда; социальные вопросы; контроль выполнения условий коллективного договора; иные сферы полномочий комиссии (комиссий)	
1.8. Участие работников в управлении организацией	
1.9. Согласование с представительным органом работников принимаемых локальных нормативных актов организации	
1.10. Гарантии профсоюзной деятельности в организации: обеспечение помещением; обеспечение оргтехникой; выделенная телефонная линия; интернет-сайт профсоюзной организации (интернет-страница представительного органа работников на сайте организации); иные	

* Составлена на основании данных [7].

Проанализировав критерии оценок по вышеуказанным показателям выявлено, что 67 % из общего итога баллов приходится на показатель «Развитие социального партнерства» и 33,5 % на результативность социального партнерства в организации.

Функционирование системы оценки воздействия социального партнерства на развитие предприятия возможно, если предприятие практикует мониторинг социально-экономического и институционального развития. Методической основой может стать система показателей устойчивого развития предприятия.

Интересы участников системы социального партнерства иногда противоречивы, а зачастую конфликтны, а противоположность ожидания результатов вызывает предпосылки к разработке оптимальных показателей внутреннего и внешнего контроля.

Контроль может принимать различные формы: мониторинга, оценки бюджетной эффективности, оценки удовлетворенности потребителей, оценки удовлетворенности персонала, оценки удовлетворенности деловых партнеров, оценки рыночной стоимости компании, результативности природоохранной деятельности или экологической экспертизы, оценки общественного мнения. [6]

Для повышения эффективности любой деятельности, в том числе в направлении социального партнерства и социальной ответственности необходимо проводить оценку ее эффективности. Некоторыми авторами, занимающимися проблемами развития системы социального партнерства, предложены основные подходы оценки эффективности социальной деятельности и социального управления. Приведем некоторые основные положения.

При анализе социальной активности Г. В. Атаманчук выделяет следующие способы ее оценки [1]:

1. Публичные отчеты органов власти, должностных лиц.

2. массовые обсуждения и голосования (референдумы) по различным вопросам жизни территориальных образований.

3. общественное мнение как совокупность свободно выраженных суждений, взглядов, позиций, точек зрения множества людей [4].

Функции оценки эффективности социальной активности организации (согласно видению голландского исследователя Г. Фреркса [5]).

1. Прозрачность — используется при составлении отчетности и текущего мониторинга состояния социального партнерства.

2. Саморазвитие (самообучение) — социальные партнеры используют оценку эффективности в процессе развития, выявляя сильные и слабые стороны.

3. Аттестация (контроль соответствия) — эффективность деятельности организации оценивается на основе достигнутых ею результатов.

4. Поощрение или штрафные санкции — они носят, как правило, финансовый характер и нацелены на мотивацию социальных партнеров в достижении лучших результатов [4, 5].

Измерение эффективности социального партнерства и социальной активности необходимо осуществлять не единоразово или периодически, а на систематической основе, при этом следует разработать систему, в которой оптимально будут сочетаться разнообразные методы как для сбора необходимой информации, так и ее обработки, систематизации и анализа.

Для освещения результатов эффективности социального партнерства и социальной активности необходимо привлекать различные средства массовой информации, интернета и др.

По основным направлениям номинаций социального партнерства, представленным в конкурсе организаций социальной эффективности необходимо анализировать не только предложенную

градацию критериев оценки (применяется / не применяется, есть в наличии / нет в наличии и количественные показатели, переведенные в баллы), но и следует проработать применения качественных характеристик и коэффициентов эффективности: сравнить вложенные затраты с результатами и рассчитать экономический эффект. Эффективность и результативность применения социального партнерства можно группировать по следующим блокам:

- управление предприятием, муниципалитетом, регионом;
- экономическая (финансовая) эффективность;
- удовлетворенность сотрудников (жителей);
- удовлетворенность потребителей (клиентов);
- деловая репутация (имидж) и др.

Библиографический список

1. *Атаманчук, Г. В.* Государственное управление (организационно-функциональные вопросы) : учеб. пособие. — М. : Экономика, 2000.
2. Трудовые отношения и социальное партнерство. Сайта Правительства Ростовской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.donland.ru/Socialnaya-sfera/Trud/?pageid=79963>.
3. *Тяглов, С. Г., Сетракова, Е. В.* Развитие системы социального партнерства в образовании в регионе // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2013. — № 1–2 (41–42).
4. *Самков, К. Н.* О подходах к оценке эффективности социального партнерства в местном самоуправлении [Электронный ресурс] // Муниципалитет: экономика и управление. — Режим доступа : [http://municipal.uapa.ru/en/issue/2013/02/09/Issue#4\(13\)декабрьmonth2015year](http://municipal.uapa.ru/en/issue/2013/02/09/Issue#4(13)декабрьmonth2015year).
5. *Frerks, G.* Performance measurement in foreign policy: security policy, proper governance, conflict prevention and

human rights. — Ministry of Foreign Affairs, Hague, 2000.

6. *Чегринцева, Н. С.* Организация мониторинга результативности социального партнерства и эффективности социальной ответственности бизнеса в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://science-sea.narod.ru/2009/ekonom_2009_2/chegrinceva_org.htm.

7. Всероссийский конкурс «Российская организация...» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : donland.ru/Default.aspx?skin=printerfriendly...90955.

8. <http://mintrud.donland.ru/Default.aspx?pageid=55473>.

Bibliographic list

1. *Atamanchuk, G. V.* State administration (organizational-functional issues). Textbook. — M. : Economics, 2000.
2. Labour relations and social partnership. Website of Government of Rostov region [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.donland.ru/Socialnaya-sfera/Trud/?pageid=79963>.
3. *Tyaglov, S. G., Setrakova, E. V.* development of system of social partnership in education in region // Vestnik of Rostov State University (RINH). — 2013. — № 1–2 (41–42).
4. *Samkov, K. N.* On approaches to evaluating the effectiveness of social partnership in local government [Electronic resource] // Municipality: economy and management. — Mode of access : [http://municipal.uapa.ru/en/issue/2013/02/09/Issue#4\(13\)Decembermonth2015year](http://municipal.uapa.ru/en/issue/2013/02/09/Issue#4(13)Decembermonth2015year).
5. *Frerks, G.* Performance measurement in foreign policy: security policy, proper governance, conflict prevention and human rights». — Ministry of Foreign Affairs, Hague, 2000.
6. *Chegrinceva, N. S.* Organization of monitoring of effectiveness of social partnership and effectiveness of social responsibility of business in Russia [Electronic resource]. — Mode of access : http://science-sea.narod.ru/2009/ekonom_2009_2/chegrinceva_org.htm.

И. А. Тумхаджиев

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация

Статья раскрывает проблематику целостного теоретико-методического каркаса научных знаний об управлении экономическими системами, характеризует основы современного менеджмента и индикативное планирование как инструмент развития и управления изменениями, используя принципы, формы и методы стратегического управления, конкретизируя организационно-управленческие связи системы управления.

Ключевые слова

Менеджмент, экономические системы, развитие.

I. A. Tumkhadzhiev

MAIN TRENDS AND DIRECTIONS IN DEVELOPMENT OF MANAGEMENT SYSTEMS

Annotation

Article reveals the problems of integral theoretical and methodical framework of scientific knowledge on management of economic systems, characterizes the foundations of modern management and indicative planning, as instrument for development and management of changes, using the principles, forms and methods of strategic management, concretizing the organizational and management relations of management system.

Keywords

Management, economic systems, development.

Рынок, изменяющийся в зависимости от внешней среды и социально-экономических взаимодействий различных уровней, и сами рыночные связи оказывают воздействие на экономические субъекты, что позволяет обеспечить их адаптацию, базируясь на связи компонентов национального хозяйства и целостной системе методов и механизмов управления. Механизмы, обеспечивающие характер и системное свойство приспособления к определенному роду условиям, образуют целостный теоретико-методический каркас различного субъектно-объектного профиля, сфер и областей применения.

В отношении исследования теоретико-методического каркаса научных знаний об управлении экономическими системами и институционализации, необ-

ходимо подчеркнуть, что устойчивое развитие последних основано на синергии усилий и условий организационно-управленческого характера: промышленной и аграрной индустрий, сельского хозяйства, а также инфраструктурных отраслей, в качестве которых нами рассматриваются транспорт, энергетика и исконно социально ориентированные отрасли (наука и образование, здравоохранение и общественные организации).

Рассматривая теоретико-прикладное значение управленческой деятельности на современном этапе развития социально-экономических систем, необходимо отметить относительную изолированность и самостоятельность регионов. В данном отношении интересны пространственные особенности конкретных территориальных образований, которые ак-

центрируют внимание и усиливают роль регионального управления в решении проблематики не только дальнейшего развития в рамках внутреннего рынка, но и предусматривают бенчмаркинг идей и технологий, трансляцию наиболее эффективных управленческих технологий на другие субъекты территориально-экономического деления.

Исследуя принципы, формы и методы управления экономическими системами в рыночном пространстве, основанные на продукции, необходимо отметить, что одно весомое преимущество способно обеспечить устойчивого роста на долгосрочную перспективу (мы плавно двигаемся в исследовании познания специфики и современного менеджмента и подводим к выводу о значимости развития в исследуемом регионе отрасли туризма и рекреации).

Индикативное планирование как инструмент развития и управления изменениями может сочетать рациональное использование ресурсов (природных, трудовых и иного характера) с целью интенсификации усилий в конкретной наиболее результативной области.

В процессе управления экономическими системами, необходимо учитывать условия, факторы и основные компоненты развития, целевая ориентация которых должна базироваться на экономической и социальной направленности доминантных задач социально-экономического роста. Именно поэтому пространственно-экономические трансформации, происходящие в стране и мире, базируются на объективных целях:

- экономии ресурсов;
- реализации рациональных природоохранных мероприятий;
- локальности и взаимосвязи в рамках организационно-управленческих систем на различных уровнях.

Основы теоретико-прикладного инструментария управления экономическими системами в рамках институционализации можно представить в виде определенной многофакторной и разнокомпонентной среды:

– системы и подсистемы научно обоснованных способов управления разными структурами, функционирующими в исследуемой среде, могут быть не совместимы, пространственно и идейно разделены, но при этом при эффективном управленческом инструментарии они должны результативно взаимодействовать;

– способы управления могут быть различными, но при этом не противоречить друг другу;

– все способы управления должны выступать подсистемами, компонентами общей концепции интеграционного взаимодействия.

С точки зрения стратегического управления, развитие стабильной институциональной организации подразумевает не только процессуальные механизмы предпринимаемых мероприятий в области стабилизации, но и их ресурсное и координационную интеграцию, присутствие предназначенных для мониторинга и исследования проектов развития социально-экономической системы, как координационной подсистемы управления, намеренно образуемой в рамках нормативно-процессуального механизма.

В рамках управления экономическими системами, единая модель внутререгиональных связей показана на рисунке 1. Присутствие взаимодействий среди главных составляющих общественно-экономической организации представляется, согласно взгляду автора, базой обеспечения институциональной стабильности управленческих процессов.

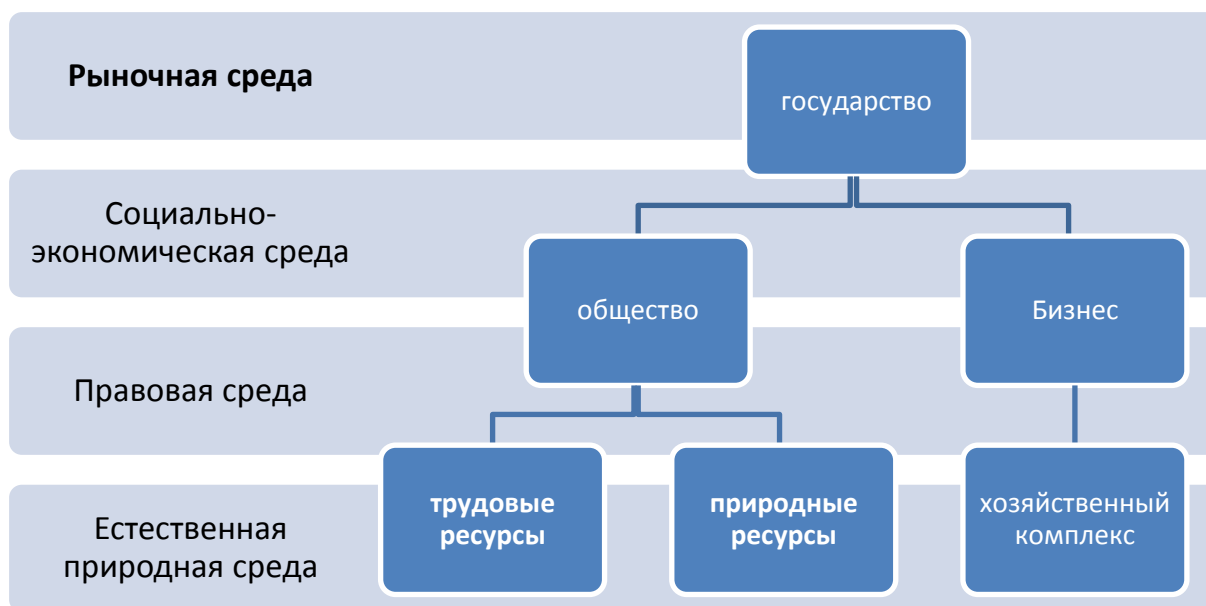


Рисунок 1 — Организационно-управленческие связи системы управления

В концепции управления региональной экономикой, в которой отличие территориального охвата от макро- и мезоуровня из-за локализации территориальных активов очевидно, реализуется многообразное сосуществование организационно-управленческих и финансово-экономических мер регулирования рыночного хозяйства, которое определяет акцентирование на определенных конкурентных активах, свойствах и характеристиках, способах преодоления трудностей, развития инфраструктурного обеспечения институциональной стабильности с применением элементов интегративного управления экономикой. На региональном, локальном, муниципальном уровне организации социально-экономических систем постоянство хозяйственной деятельности, ее неизменность и надежность в свою очередь базируются на функционировании концепции, обеспечивающей согласованность и общность всех без исключения управляемых подсистем с учетом адаптации несовместимых кругов интересов социально-экономических субъектов для воздействия результативных механизмов управления на показатели экономического роста.

Адаптивность макроэкономической организации базируется на формировании и непрерывном обновлении комплекса хозяйственных взаимоотношений всех степеней, в базе которых лежат спецификация и сосредоточение, в варианте реализации деятельности и своевременного развития государственных институтов управления.

Базовым механизмом устойчивого развития выступают институты, которые могут существенно упрочить взаимосвязи между уровнями социально-экономических систем благодаря интегративной составляющей, которая обеспечивает общественные интересы порой противоположных сторон, нередко разрозненных территориально, но в рамках определенного региона объединенных единой инфраструктурой, стратегической целью деятельности и порядком реализации задач по ее осуществлению.

Институциональное развитие предполагает единую информационную платформу, на базе которой агрегированы показатели, результативные для анализа и исследования, а результаты подобных научных изысканий, позволяют эффективно проектировать и планировать реализацию проектов институцио-

нального управления. Институты, как часть управленческого влияния представлены в качестве инструментов, определяющих курс работы народнохозяйственных субъектов согласно направлению, максимально первенствующему в целях общества и экономики, и в связи с этой задачей необходим системный институциональный многофакторный мониторинг социально-экономической деятельности регионов, стремясь скорректировать или прекратить функционирование субъектов, приносящих негативные результаты.

На наш взгляд, определения стабильности и надежности социально-экономических систем довольно всеобъемлюще исследованы в естественных науках, где они были точно формализованы и опытным путем апробированы. В рамках теоретико-прикладного инструментария естественных наук данные группы установлены равно как predetermined неотъемлемое качество объекта или субъекта рыночного поля исполнять принятую социально-экономическую миссию, сберегая и экономя собственные и внешние рабочие характеристики в ходе необходимого интервала времени. Направленность теоретико-методических основ институционального развития региональных социально-экономических систем в итоге сопряжена с predetermined рабочими данными, временем стабильной деятельности продукта и вероятным прецедентом временного отказа работоспособности. Экономическая надежность — это совокупность элементов и качеств, составляющих хозяйственной организации производства, учреждений инфраструктуры, ресурсного обеспечения, профессиональных возможностей, экономического обращения и др., которые обуславливают в интеграции встроенное свойство хозяйственного комплекса стабильно исполнять установленные функции в определенных границах, и особенно в обстоятельствах

перемены характеристик внешней и внутренней сферы.

Проблемы финансовой стабильности изучаются российскими и зарубежными исследователями всесторонне, учитывая разные нюансы и отраслевые аспекты, но развитие институциональных условий регионального экономического роста исследованы, на наш взгляд, недостаточно, что подтверждает исследовательское мнение о том, что институциональные механизмы стабильности и управления изменениями в академической литературе имеют определенные перспективы для дальнейшей проработки, и объясняет важность дальнейшего изучения и исследования данных научных дефиниций.

Отталкиваясь от приведенных ранее утверждений, отметим, что, институциональная надежность имеет возможность являться установленной как комплекс качеств институтов рынка, позволяющих им исполнять собственные функции в обстоятельствах изменения факторов и дестабилизирующего влияний окружающей среды.

Теоретико-методические основы институционального управления и развития социально-экономических систем предусматривают усиление интеграции внутренних межсистемных связей, благоприятно воздействуя на всю социально-экономическую деятельность региона, что так же первостепенно при выходе товаров и услуг региона на внешний макроуровень организации сложных рыночных систем. Теоретико-методический каркас научных знаний о процессном управлении и институционализации содержит интеграционные связи и механизмы воздействия элементы бенчмаркинга и риск-менеджмента, обосновывая в качестве основных лейтмотивов исследования институциональные характеристики и предпосылки регионального развития туристско-рекреационных зон. Отметим, что при этом уровень и характеристики управ-

ляющих воздействий должны быть всецело направлены на повышение результативности функционирования региональной социально-экономической системы в целом.

«Традиционно риски в научно-прикладном понимании сводятся к потере качества или росту цен на произведенную продукцию, но уже сегодня мировой рынок тяготеет к образованию нового риска — утраты экопараметров и нанесения вреда окружающей среде. Европейский потребитель существенно требователен к экостандартам, но по экономическим законам продукция, соответствующая высоким экологическим стандартам обладает гораздо большей стоимостью» [1].

Нередко на практике происходит так, что управленческие воздействия подстраиваются и адаптируются под имеющиеся методы функционирования рыночной среды при условии, что они результативны, в другом случае они имеют все шансы быть пресечены и заторможены. Тем не менее сдерживание разного характера внешних влияний может контролироваться только вплоть до установленного рубежа, за которым необходимо или развитие позиций избранного субъекта, или уничтожение прежнего и предоставление его функций новому институту. Следовательно, социально-экономическая трансформация институтов представляется предназначением организации стабильности в процессе реализации управленческих действий, долговременных и стратегически важных. Изменившиеся институты, проявляют воздействие не только на функционирование государственной экономики, но и на действия иных институтов и любого индивидуума, как элемента социально-экономической системы.

С целью обеспечения институциональной стабильности развития, отмеченные нюансы представлены более трудоемкими параметрами работы, по-

тому как деятельность цивилизованной рыночной организации базируется на законодательно-правовых нормах, допускающих предоставление безусловно-го равенства всех элементов хозяйственной деятельности и не предусматривая возможности получения и создания персональных распоряжений в определенных вариациях управленческого контента, определяя относительную бесполезность выявления и учета разных персональных характеристик.

Институциональная надежность может рассматриваться как умение общественно-экономической организации упорядочить появляющиеся трудности в собственном формировании без применения мер, ухудшающих статус каждого из ее элементов и подсистем и соответственно в комплексной синергии.

С точки зрения стратегического управления, институциональное окружение допускается оценивать устойчивым, в случае, если оно эффективно и подходит для предпринимательского контура работы, если остаются стабильными характеристики институциональной системы, процедуры совершения операций, выполняются ключевые основы законодательства. В этом случае допускается заявлять о размерной или динамично упорядоченной ритмичности улучшения социально-экономической политики, принимая во внимание реалии экономики, современного развития федерального и мирового рынка в интересующем нас отраслевом разделе: подавленные периоды в формировании единичных сфер, положение рынка труда, стагнацию экономики и т. д.

Исследование научных разработок, направленных и приуроченных к институциональным тенденциям управления экономическими системами и определенного рода изменениям, дает возможность сделать заключение, что концепция институциональной стабильности используется как фактор и атрибутика экономического роста.

Библиографический список

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A.A.* Green logistics in Russia: phenomenon of progress, economic and environmental security // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — С. 13–21.
2. *Глухов, В. В.* Менеджмент. — 3-е изд. — М. : СПб. : Питер, 2017.
3. *Кабаков, В. С., Порховник, Ю. М., Zubov, I. P.* Менеджмент: проблемы – программа – решение. — М. : Лениздат, 2016.
4. *Котлер, Ф.* Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс. — М. : СПб. : Питер, 2016.
5. *Фарсон, Р.* Менеджмент абсурда. — М. : София, 2016.

Bibliographic list

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Green logistics in Russia: phenomenon of progress, economic and environmental security // *European Research Studies Journal*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — P. 13–21.
2. *Glukhov, V. V.* Management. — 3d ed. — M. : SPb: Piter, 2017.
3. *Kabakov, V. S., Porhovnik, Yu. M., Zubov, I. P.* Management: problems – program – solution. — M. : Lenizdat, 2016.
4. *Kotler, F.* Marketing. Management: express course. — M. : SPb. : Piter, 2016.
5. *Farson, R.* Management of absurd. — M. : Sofia, 2016.

Г. И. Чекмарёва, С. В. Широких

ЭКОЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПОДГОТОВКЕ КОНТЕЙНЕРОВ ДЛЯ ТРАНСПОРТИРОВКИ ГРУЗОВ

Аннотация

В статье ставится задача применить экологистический подход к процессу обработки контейнеров при мультимодальных перевозках. Обозначена необходимость внедрения современных способов обработки логистической тары, представляющих собой прогрессивные, экономичные и экологически чистые технологии, которые позволят увеличить площадь обрабатываемых поверхностей, скорость обработки, а также повысить производительность процесса очистки в целом. Проанализированы характерные особенности технологии «сухого» тумана и возможность применения указанного метода обработки для подготовки контейнеров к транспортировке грузов.

Ключевые слова

Транспортный коридор, экологистика, зеленая логистика, очистка контейнеров, контейнерные перевозки, технология «сухого» тумана.

G. I. Chekmariova, S. V. Shirokikh

SUSTAINABLE LOGISTIC APPROACH IN PREPARATION OF CONTAINERS FOR TRANSPORTATION OF GOODS

Annotation

Aim of article is use of a sustainable logistic approach to handling of containers in multimodal transport. Stresses the need to adopt modern methods of processing and logistic of containers, which is a progressive, economical and environmentally friendly technology that will increase the area of cultivated surfaces, processing speed, and also to improve the performance of cleaning process as a whole. We have analyzed the characteristics of technology of «dry» fog, and possibility of application of processing method for preparation of containers for transportation of goods.

Keywords

Transport corridor, ecological logistics, green logistics, cleaning of containers, container freight, technology of «dry» fog.

В современных экологических условиях задачи, стоящие перед логистикой, связаны не только с рационализацией маршрутов перевозок, но и с вопросами экологической безопасности. Вследствие этого в последнее время в современных научных трудах, связанных с логистикой, встречается понятие «экологистика». В целом экологистика рассматривает все логистические процессы, осуществляемые в макро- и микросистемах, с учетом требований экологических программ, разработанных в различных странах мира.

Современное общество активно участвует в решении экологических задач транспортного сектора, а именно разрабатывает требования экономического, социального и политического характера для снижения воздействий на природные компоненты окружающей среды в течение всего процесса поставки. Подход логистики в данном случае представляет собой целостный и системный процесс взаимодействия общества, экономики и окружающей среды, поэтому реализация экологических целей является основой огромного потенциала решения новых логистических проблем.

Экологический подход в области логистики определяет масштаб негативного влияния транспортного сектора и комплекс логистических мер, осуществляемых в процессе организации цепочки поставок транспортными компаниями, для защиты окружающей среды и сохранения ресурсов. Решение таких задач в основном обусловлено внедрением продиктованных государством норм ведения бизнеса, таких как «Стратегия экологической безопасности Российской Федерации до 2025 г.», «Программа производственного экологического контроля» и другие, что побуждает агентов экономической деятельности

к определению отдельных комплексных задач по реализации масштабных проектов, направленных на сохранение состояния окружающей среды. Наиболее заинтересованными участниками таких проектов являются, как уже отмечалось выше, органы государственного регулирования, а также заказчики, потребители, формирующие спрос на экологические товары и транспортно-логистические услуги, штатные работники логистических предприятий, обеспечивающие безопасность и бесперебойность производственного процесса, руководители, несущие социальную и корпоративную ответственность.

Развитие международной транспортной коммуникации неразрывно связано с организацией интермодальных контейнерных перевозок, что, в свою очередь, влечет увеличение товаропотоков, систематичность грузоперевозок и повышение требований к качеству очистки и промывки логистической тары от остатков перевозимых грузов. На современном этапе развития транспортной логистики возникает необходимость не только соблюдения строгих нормативов контроля за безопасностью используемых веществ и оборудования, но и получения стандартизированных документов, подтверждающих эффективность проведенных очистительных мероприятий, например, сертификата ECD (European Cleaning Document).

Классические технологические процессы очистки подвижного состава трудоемки, длительны по времени и экологически опасны. Вследствие этого становится весьма актуальной необходимость в совершенствовании таких технологий и замене их на более практичные, экономичные и экологичные. Не является исключением и процесс обработки контейнеров.

Очистка контейнеров при мульти-модальных перевозках предполагает осуществление операций с минимальным промежутком времени, с высокой адаптивностью к условиям работы инфраструктуры и безотказностью использования технологического цикла обработки. В данной работе рассмотрены современные подходы к рационализации логистических операций при обработке контейнеров с позиции экологистики.

Нормативно-правовой базой, регламентирующей повторную обработку подвижного состава, является Приказ Министерства транспорта РФ № 119 от 10.04.2013 «Об утверждении Правил очистки и промывки вагонов и контейнеров после выгрузки грузов». Согласно требованиям приказа процесс приведения в соответствие контейнеров для последующих перевозок предполагает как поверхностную очистку, так и внутреннюю обработку транспортной тары. В данном правовом документе достаточно подробно представлен порядок осуществления действий с учетом обработки крепежных механизмов, обеспечивающих безопасную перевозку грузов внутри контейнера. Все разнообразие представленных способов обработки предполагает обеспечение сохранности логистической тары [1].

Обработка логистической тары в последнее время рассматривается как «второстепенная» логистическая операция в транспортной логистике. Зачастую компании при принятии решения о технологии очистки контейнера исходят из целей минимизации затрат и не уделяют должного внимания вопросам экологии. В данной статье нами представлена современная технология «сухого» тумана, позволяющая, с одной стороны, минимизировать затраты при очистке контейнера, а с другой — осуществить логистические операции экологически безопасным способом.

Вопрос о необходимости обработки контейнеров нашел свое отражение в

статье 44 Федерального закона № 18-ФЗ от 10.01.2003 (ред. от 18.07.2017) «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации», в которой точно прописывается, что контейнеры подлежат разгрузке и очистке от неприятного запаха остатков перевозимых грузов [2]. Природа посторонних запахов в контейнере может иметь разное происхождение. В связи с этим возникает необходимость применения технологий, позволяющих исключить возможность наличия посторонних запахов в контейнере после его очистки. Нами предлагается использовать современную технологию, получившую название «сухой» туман.

«Сухой» туман представляет собой горячий или холодный дым, который, проникая во все швы, равномерно распределяясь в сгибах профилированных металлических листов контейнера, а также оседая на крепежных и запорных механизмах, уничтожает неприятные запахи на молекулярном уровне. Такой эффект достигается с использованием специализированного оборудования — фоггеров. Фоггеры (от англ. fog — туман) созданы как безопасная альтернатива ароматизаторам, действующим на основе растворителей — нефтяных дистиллятов. В отличие от них такие генераторы «сухого» тумана работают с нейтрализующими веществами на водной основе, что полностью исключает возможность выбросов в атмосферу загрязняющих веществ, образующихся в процессе испарения жидкостей.

«Сухим» туманом обрабатывается контейнер, полностью очищенный от груза с удалением источника неприятного запаха, промытый водой с использованием растворов технических моющих средств, продезинфицированный и прошедший ветеринарно-санитарную обработку, просушенный с использованием сушильной машины или естественным путем. Данная технология имеет ряд преимуществ по сравнению с широко используемыми в современных услови-

ях. Отличительной чертой технологии «сухой» туман является возможность превращения жидкости в парообразное состояние без ущерба конструкции и окружающей среды. Данная технология позволяет обрабатывать значительные площади и имеет высокую скорость обработки. Фоггеры изначально рассчитаны на площади от 50 м², в то время как даже 45-футовый контейнер имеет параметр, равный 31,88 м², что позволяет повысить производительность тумана и уменьшить стандартное время его действия (40 минут) за счет компактности и замкнутости пространства тары. В то же самое время дым в отличие от моющих средств, распыляемых на поверхность, легко и равномерно обрабатывает труднодоступные места, фоггер при этом выпускает на выходе достаточно плотный мелкодисперсный поток нейтрализующего специфический запах вещества для эффективной очистки. Еще одним достоинством технологии «сухой» туман является возможность автоматизированной работы без участия персонала пункта обработки. «Сухой» туман имеет принципиальное отличие от фумигации — дезинфекции пространства с использованием специальных газовых смесей — поскольку процесс газации негативно сказывается как на бактериях и вредителях, так и на испарении препаратов в атмосферу, что не характерно для тумана.

Поднятые в данной статье вопросы являются актуальными для транспортной логистики в Российской Федерации в связи с увеличением грузопотоков внутри страны и международных перевозок с участием российских компаний. Только грамотный подход к организации транспортировки с учетом всех физико-химических особенностей перевозимого груза позволит сохранить качество оказываемых услуг транспортными компаниями на высоком уровне и снизить степень воздействия на окружающую среду.

Поскольку Российская Федерация претендует на роль одной из важнейших стран-транзитеров, подтверждением чего является организация трансконтинентальных транспортных маршрутов из стран АТР в страны ЕС, данная технология позволит увеличить оборачиваемость контейнеров, следующих по международным маршрутам. В связи с этим перед транспортно-экспедиционными, логистическими компаниями, а также обособленными предприятиями грузополучателей остро стоит вопрос разработки системных решений для внутренней чистки емкостей, способных соответствовать высоким требованиям, предъявляемым к эффективности, экологичности и экономичности очистки, и характеризующихся модульной структурой для легкого изменения конфигурации очистительных комплексов и расширения их функциональных возможностей.

Библиографический список

1. Об утверждении Правил очистки и промывки вагонов и контейнеров после выгрузки грузов : [Приказ Министерства транспорта РФ № 119 от 10.04.2013 (по состоянию на 25.11.2017)] // СПС «Консультант Плюс».
2. Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации : [ФЗ № 18-ФЗ от 10.01.2003 (ред. от 18.07.2017) (по состоянию на 25.11.2017)] // СПС «Консультант Плюс».

Bibliographic list

1. About approval of Rules of cleaning and washing of cars and containers after unloading of cargo : [Order of Ministry of transport of Russian Federation № 119 from 10.04.2013: as 25.11.2017] // Consultant Plus.
2. Charter of railway transport of Russian Federation : [FL № 18-FZ from 10.01.2003 (ed. by 18.07.2017): as 25.11.2017] // Consultant Plus.

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

*Г. А. Батищева, М. И. Журавлёва,
М. В. Кузнецов, Е. А. Трофименко*

АНАЛИЗ НЕРАВНОВЕСНЫХ МОДЕЛЕЙ ДИНАМИЧЕСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Аннотация

Статья посвящена исследованию нелинейных динамических систем, определению положений равновесия систем, их характера и типа устойчивости, анализу возможности возникновения бифуркации при изменении параметров системы.

Ключевые слова

Самоорганизация, бифуркация, фазовый портрет, диссипативность, динамический хаос, флуктуация, фокус, узел, положение равновесия.

*G. A. Batichsheva, M. I. Zhuravlyova,
M. V. Kuznetsov, E. A. Trofimenko*

ANALYSIS OF NON-EQUILIBRIUM DYNAMIC ECONOMICAL MODELS

Annotation

Article studies nonlinear dynamical systems, describes and classifies equilibrium positions in this systems and type of robustness, analyzes possibility of bifurcation after parameters change.

Keywords

Self-organization, bifurcation, phase-plane portrait, dissipation, dynamic chaos, fluctuation, focus, node, equilibrium.

Динамическую систему любого процесса, изменяющегося во времени, можно описать математической моделью как в экономическом, так и в биологическом или социальном поле. Параметры модели зависят от времени, явно или неявно. Эта модель описывает процесс перехода системы из одного состояния в другое, характеризуется своим начальным состоянием и законом. Этот закон прогнозирует состояние динамической системы в последующие моменты времени, исходя из определенного начального состояния. Эмерджентность (целостность) динамических систем — совместное функционирование отдель-

ных частей системы, что и представляет собой процесс функционирования всей системы как единого целого и порождает качественно новые свойства целой системы по сравнению со свойствами ее элементов. Все процессы в любых динамических системах взаимосвязаны, функционирования частей определяет характер функционирования всей системы, и наоборот. Любая сложная динамическая система постоянно эволюционирует и развивается. Жизнедеятельность сложной системы — постоянное изменение фаз функционирования и развития системы, непрерывная перестройка системы, ее подсистем и эле-

ментов. В процессе жизнедеятельности происходит процесс самоорганизации системы. Система относительно устойчива в некоторых пределах, если при достаточно малых изменениях условий функционирования ее поведение существенно не изменяется. Устойчивость системы определяется ее стремлением к состоянию равновесия. В основном в реальных условиях экономическая система не может полностью достичь состояния равновесия, но стремится к нему. На это направлены усилия управления, но, достигая состояния равновесия, она тут же от него уходит. Таким образом, устойчивая экономическая система практически находится в состоянии динамического равновесия. Это является условием непрерывного возникновения противоречий в системе и как следствие — ее эволюции. При анализе динамических экономических систем возникают вопросы прогнозирования изменения некоторых экономических показателей, классификации экономических систем, определения типов экономических систем, встречающихся в реальности, и систем, которые могут возникнуть в будущем, изучения характера устойчивости макроэкономических систем и критериев саморазвития макроэкономических систем и др. [2].

На основе динамических моделей можно решать задачи управления и прогнозирования самых разнообразных экономических процессов, т. е. задачи определения траектории поведения и состояний экономической системы, задачи анализа системы на устойчивость [1]. Динамические системы для случая непрерывного времени описываются математической моделью, состоящей из системы дифференциальных уравнений, а системой, состоящей из конечноразностных уравнений, описываются для случая дискретного времени. Современная экономика имеет не только сложную динамику, но и зачастую входит в состояние неожиданного хаоса с

многочисленными флуктуациями. И потому, теория хаоса является не только перспективным направлением в теории оптимизации, но и экономически необходимым инструментом исследования экономических процессов и явлений, протекающих во времени. Поведение сложных систем непредсказуемо: возникновение хаоса зависит как от вида первоначальных условий, так и от флуктуаций (небольших изменений) внешней среды. Математически точного определения хаоса не существует, динамическая система в состоянии хаоса становится предельно непредсказуемой. Малое отклонение от текущей траектории может привести к значительному отклонению в следующий момент времени. Другая особенность состоит в том, что достоверность прогнозов быстро падает. Последнее сильно ограничивает возможность применения классического анализа. Если все траектории фазового пространства стремятся к некоторым подпространству этого пространства с течением времени, то это подпространство называется аттрактором. Другими словами аттрактор - состояние, к которому тяготеет система, причем, надо отметить, что для некоторых динамических систем возникает так называемый странный аттрактор. Даже при сложных структурах странных аттракторов знание фазовых портретов позволяет геометрически представить поведение системы, а значит, и делать прогноз о ее дальнейшем развитии, иначе в некоторый момент времени в определенной точке фазового пространства область расположения объекта и его стремление к аттрактору предсказуемы. Как правило, открытая нелинейная система имеет набор некоторых структур-аттракторов, в которые могут эволюционировать процессы в данных системах.

Системы могут переходить к хаосу разными путями. Эволюция в неравновесных системах происходит через последовательность бифуркационных пере-

ходов. Термин бифуркация впервые ввел А. Пуанкаре. Мгновенное появление новых состояний равновесия и называется бифуркацией. Когда происходит бифуркация, система будто полностью «теряет память». Бифуркация характерна для большинства динамических процессов. В момент бифуркации появляется возможность направить процесс эволюции в новом направлении, по совсем другой линии. Система «колеблется» перед выбором дальнейшего пути развития. В этот момент резко возрастает роль незначительных случайных флуктуаций (возмущений), которые могут привести к созданию новой структуры и резко изменить все поведение системы. В этом случае происходит качественная перестройка системы (катастрофический скачок). Однако достижение точки бифуркации – это «длительный» процесс. Между моментами бифуркаций развитие системы происходит почти линейно, можно сказать, становится предсказуемым. Действия внутренних или внешних сил, достигших некоторого критического значения, либо за счет их интеграции приводят к быстрому изменению параметров системы, стабильность которой значительно снижается, и возникает возможность новых разных других путей развития. После бифуркационного перехода наступает новый, как бы предсказуемый, участок, готовый в определенный момент смениться следующей бифуркацией.

Развитие социально-экономических систем, относящихся к разным типам динамических систем, происходит примерно одинаково. Стабильное состояние сменяется неустойчивым, а затем снова возникает стабильность и т. д. При этом неустойчивость является стимулом к развитию [2]. К бифуркационным процессам относятся революционные процессы. Механизм бифуркаций играет важнейшую роль в схеме эволюции. Он является источником роста разнообразия различных все более сложных форм организации. При этом си-

стема может быть устойчивой только при сохранении некоторого взаимодействия со своей средой.

Макроэкономический анализ национальных особенностей производственных процессов основывается на моделях закрытой и открытой экономики. Неравновесная (диссипативная) система — это открытая система, устойчивость которой может возникнуть при изменении внешней среды и при условии диссипации энергии этой системы. Диссипативная система зачастую имеет сложную хаотичную структуру, которая может возникнуть спонтанно.

Рассмотрим основные формы систем, которые используются для создания экономических моделей. Вначале дадим модель в виде линейной системы дифференциальных уравнений:

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = ax + by, \\ \frac{dy}{dt} = cx + dy. \end{cases}, \quad (1)$$

где (x, y) — изображающая точка (точка на фазовой плоскости, которая отражает состояние системы в определенный момент времени);

$A = \begin{pmatrix} a & b \\ c & d \end{pmatrix}$ — матрица коэффициентов системы.

Фазовая траектория — это есть кривая в фазовом пространстве, которая составлена из изображающих точек, описывающих состояния динамической системы в последовательные моменты времени. Фазовым портретом называют совокупность фазовых траекторий, эти траектории показывают поведение системы не только во времени, но и, что важно, в окрестности положений равновесия. Линейные уравнения не в состоянии описать сложные процессы в экономике, но используются при анализе нелинейных явлений.

Далее рассмотрим систему двух дифференциальных нелинейных уравнений в общем виде:

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = F_1(x, y) \\ \frac{dy}{dt} = F_2(x, y) \end{cases} \quad (2)$$

Метод Ляпунова — один из главных методов исследования нелинейных систем в окрестности неподвижных точек, т. е. при помощи этого инструмента выясняется устойчивость поведения этой системы для каждого положения равновесия. Его еще называют методом исследования устойчивости по линейному приближению или метод линеаризации. Его суть: в окрестности неподвижной точки X^* фазовые портреты системы:

$\frac{dX}{dt} = F(X)$, $X = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$, и ее линеаризации эквивалентны, если точка не центр.

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = F_1(x^*, y^*) + \frac{\partial F_1(x^*, y^*)}{\partial x}(x - x^*) + \frac{\partial F_1(x^*, y^*)}{\partial y}(y - y^*), \\ \frac{dy}{dt} = F_2(x^*, y^*) + \frac{\partial F_2(x^*, y^*)}{\partial x}(x - x^*) + \frac{\partial F_2(x^*, y^*)}{\partial y}(y - y^*), \end{cases}$$

где $F_1(x^*, y^*) = 0$, $F_2(x^*, y^*) = 0$.

Такую систему всегда можно записать в форме (1), причем матрица коэффициентов системы принимает вид:

$$A = \begin{pmatrix} a & b \\ c & d \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \frac{\partial F_1(x^*, y^*)}{\partial x} & \frac{\partial F_1(x^*, y^*)}{\partial y} \\ \frac{\partial F_2(x^*, y^*)}{\partial x} & \frac{\partial F_2(x^*, y^*)}{\partial y} \end{pmatrix} \quad (3)$$

Запишем характеристическое уравнение для матрицы (3) линеаризованной системы уравнений:

$$\begin{vmatrix} a - \lambda & b \\ c & d - \lambda \end{vmatrix} = 0,$$

Введем следующие обозначения:

$$\sigma = a + d = \text{tr}(A),$$

$$\Delta = ad - bc = \det(A).$$

Тогда корни характеристического уравнения записываются в виде:

Другими словами, если действительная часть корней характеристического уравнения системы, полученной после метода линеаризации, не равны нулю, то фазовые портреты для системы (2) и соответствующей ей линеаризованной системы в окрестности неподвижной точки качественно эквивалентны. Заметим, что для особой точки, которая называется центром, нужны дополнительные исследования.

Положениями равновесия являются решения следующей системы:

$$\begin{cases} F_1(x, y) = 0 \\ F_2(x, y) = 0 \end{cases}$$

Для получения линеаризованной системы необходимо разложить в степенной ряд правые части дифференциальных уравнений в окрестности неподвижной точки, удерживая только линейные члены разложения:

$$\lambda_{1,2} = \frac{\sigma}{2} \pm \sqrt{\frac{\sigma^2 - 4\Delta}{4}}. \quad (4)$$

Соответственно решение системы записывается в следующей форме:

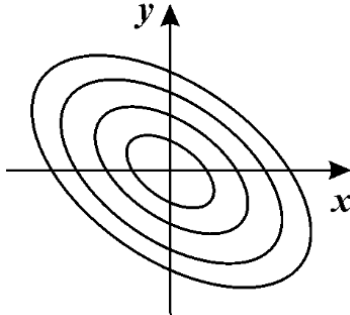
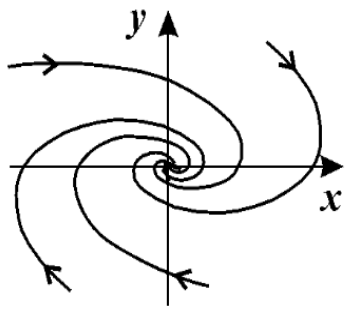
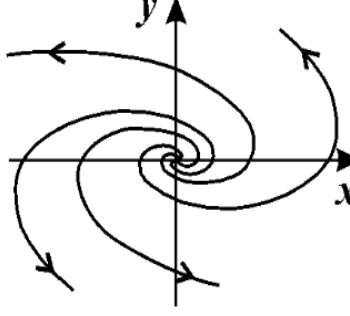
$$\begin{cases} x = C_{11}e^{\lambda_1 t} + C_{12}e^{\lambda_2 t} \\ y = C_{21}e^{\lambda_1 t} + C_{22}e^{\lambda_2 t} \end{cases} \quad (5)$$

Чтобы получить фазовую кривую $u(x)$, необходимо исключить время из (5). В зависимости от значений параметров σ и Δ в (4) различают следующие невырожденные особые точки: фокус, узел, седло и центр [4]. При переходе через «бифуркационные границы» (некоторые определенные сочетания σ и Δ) характер фазового портрета качественно меняется (один тип фазовой траектории сменяется другим).

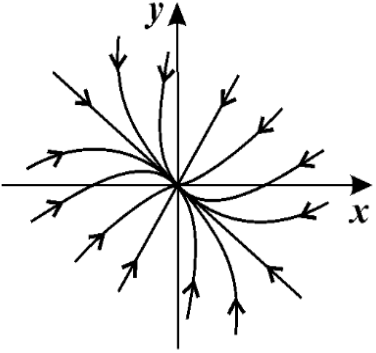
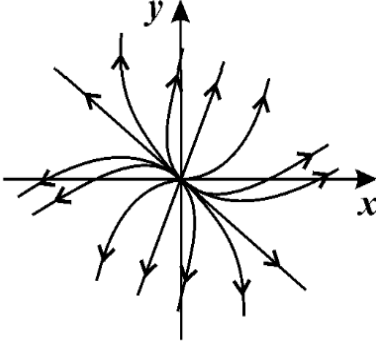
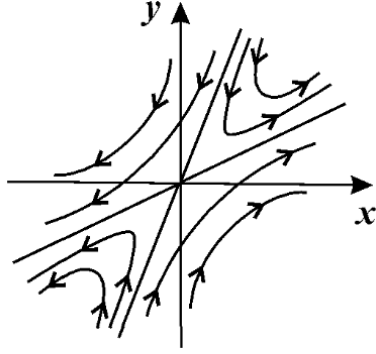
Положения равновесия могут быть устойчивыми и неустойчивыми. Говоря простыми словами, состояние равновесия является устойчивым, если при малом отклонении изображающая точка не отойдет от стационарного состояния, а неустойчивым — если отойдет [4]. Теперь сформулируем условие устойчивости системы [4]. Отметим, если действительные части корней характеристического уравнения будут отрицательны, то колебательный процесс во

времени будет затухать. При переходе через бифуркационные границы часто меняется характер устойчивости особой точки. Скажем, устойчивый фокус через центр может переходить в неустойчивый фокус. При такой бифуркации в нелинейных системах возникает предельный цикл, и сама система становится автоколебательной. Таблицей 1 представим фазовые портреты в окрестности стационарного состояния в зависимости от параметров модели [4].

Таблица 1 — Фазовые портреты в окрестности стационарного состояния

Собственные значения	Особая точка	Фазовая траектория	
Чисто мнимые ($\sigma = 0, \Delta > 0$)	Центр	Окружности, эллипсы	
Комплексные с отрицательной действительной частью ($\sigma < 0, \sigma^2 < 4\Delta$)	Устойчивый фокус	Логарифмические спирали	
Комплексные с положительной действительной частью ($\sigma > 0, \sigma^2 < 4\Delta$)	Неустойчивый фокус	Логарифмические спирали	

Продолжение табл. 1

Собственные значения	Особая точка	Фазовая траектория	
Действительные отрицательные ($\sigma < 0$, $\sigma^2 > 4\Delta$)	Устойчивый узел	Параболы	
Действительные положительные ($\sigma > 0$, $\sigma^2 > 4\Delta$)	Неустойчивый узел	Параболы	
Действительные разных знаков ($\sigma^2 > 4\Delta$)	Седло	Гиперболы	

Библиографический список

1. Герасимов, Б. И., Пучков, Н. П., Протасов, Д.Н. Дифференциальные динамические модели : учеб. пособие. Тамбов : Изд-во ГОУВПОТГТУ, 2010.
2. Милованов, В. П. Синергетика и самоорганизация: Социально-экономические системы. — М. : ЛИБРОКОМ 2010.
3. Моисеев, Н. Н. Математические задачи системного анализа : учеб. пособие. — М. : Наука, 1981.

4. Ризниченко, Г. Ю. Лекции по математическим моделям в биологии. — Ижевск, 2002. — Ч. 1.

5. Журавлёва, М. И., Латина, П. А. Динамическая неравновесная модель обмена потребительными стоимостями // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2013. — № 3 (43). — С. 132.

6. Журавлёва, М. И., Братищев, А. В. Бифуркационный анализ и синергетическое управление системой «Валовой продукт — трудовой ресурс» // Вестник

РГЭУ (РИНХ). — 2015. — № 2 (50). — С. 147.

7. Журавлёва, М. И., Кузнецов, М. В. Нелинейная межсекторная конкуренция «хищник-жертва» с неограниченным ростом // Современные проблемы проектирования, применения и безопасности информационных систем : материалы XVII межрегион. науч.-практ. конф. 18–19 мая 2017 г.

8. Колесников, А. А. Синергетические методы управления сложными системами. Теория системного синтеза. — М. : URSS, 2005.

Bibliographic list

1. Gerasimov, B. I., Puchkov, N. P., Protasov, D. N. Differential dynamic models Tambov: GOUVPOTGTU publishing house, 2010.

2. Milovanov, V. P. Synergetics and self-organization: Social and economic systems. — М. : LIBROKOM 2010.

3. Moiseyev, N. N. Mathematical tasks of system analysis. — М. : Science, 1981.

4. Riznichenko, G. Yu. Lectures on mathematical models in biology. — Izhevsk, 2002. — P. 1.

5. Zhuravliova, M. I., Lapina, P. A. Dynamic nonequilibrium model of exchange of potrebitelny costs // Vestnik of RSUE (RINH). — 2013. — № 3 (43). — P. 132.

6. Zhuravliova, M. I., Bratishchev, A. V. Bifurcation analysis and synergetic management of Gross Product — Labour Resource system // Vestnik of RSUE (RINH). — 2015. — № 2 (50). — P. 147.

7. Zhuravliova, M. I., Kuznetsov, M. V. Nonlinear intersectoral competition «predator victim» with unlimited growth // Modern Problems of Design, Application and Safety of Information Systems : XVII interregional scientific and practical conference. May, 18–19, 2017.

8. Kolesnikov, A. A. Synergetic methods of management of difficult systems. Theory of system synthesis. — М. : URSS, 2005.

С. С. Галазова

МУЛЬТИПЛИКАТОР КАПИТАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ЕГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В НОВЫХ РОССИЙСКИХ КОРПОРАЦИЯХ

Аннотация

Представленное в статье исследование показало, что одним из основных отличительных особенностей новых российских корпораций – производственных кооперативов, крестьянских фермерских хозяйств от наиболее распространенных форм организации корпоративного бизнеса – акционерных обществ, обществ с ограниченной ответственностью, является обоснование минимальной величины капитала. Для постоянного регулирования финансового риска, полного получения финансового результата, обеспечения финансовой устойчивости корпораций в статье обоснована необходимость установления нижнего и верхнего пределов собственного капитала на основе его мультипликатора; рекомендован порядок его определения.

Ключевые слова

Корпорация, собственный капитал, мультипликатор капитала, финансовый риск.

ANIMATOR OF CAPITAL AS INSTRUMENT OF ITS REGULATION IN NEW RUSSIAN CORPORATIONS

Annotation

Research of article has shown that one of main distinctive features of new Russian corporations – production cooperatives, country farms from the most common forms of organization of corporate business – joint-stock companies, limited liability companies, is justification of minimum size of capital. For constant regulation of financial risk, full obtaining financial result, ensuring financial stability of corporations in article need of establishment of lower and top limits of equity on basis of his animator is proved; order of his definition is recommended.

Keywords

Corporation, equity, multiplier capital, financial risk.

Российские коммерческие корпоративные организации – производственные кооперативы, крестьянские фермерские хозяйства как законодательно, так и самостоятельно в своей практике не устанавливают нижней и верхней величин капитала, что в итоге вызывает финансовый риск на первоначальном и последующих этапах их деятельности. Возникает необходимость целесообразности использования в их практической деятельности универсального инструмента, регулирующего нижнюю и верхнюю границы капитала, оптимизируя, таким образом, уровень финансового риска, что подтверждает актуальность исследования.

Цель исследования — обоснование универсального инструмента регулирования нижнего и верхнего пределов капитала в производственных кооперативах, крестьянских фермерских хозяйствах, измеряющего в итоге уровень их финансового риска.

Исторически считалось, что наиболее распространенные формы организации корпоративного бизнеса — акционерные общества (АО) закрытого, открытого типа, иногда общества с ограниченной ответственностью (ООО) [6, с. 52]. ФЗ РФ от 30.11.1994 № 51-ФЗ «Гражданский кодекс РФ (часть I)» наряду с хозяйственными обществами, товариществами относит к коммерческим корпоративным организациям до-

статочно неизвестные формы организации корпоративного бизнеса – производственные кооперативы, крестьянские фермерские хозяйства [3].

В финансовой литературе в широком смысле слова корпорация — объединение организаций с экономическими целями деятельности; в узком аспекте корпорация — это интеграция производственных, проектных, торгово-сбытовых, финансовых организаций для общей деятельности, снижения вероятного риска при реализации капиталоемких направлений промышленного и коммерческого бизнеса с помощью концентрации капитала, централизации функций обеспечения ресурсами, сбыта продукции, завоевания новыми рынками. Российское законодательство при характеристике корпораций особое внимание уделяет управленческому аспекту, рассматривая корпорации (корпоративные юридические лица) как юридические лица, учредители которых имеют право участия в них, образуя их высший орган [3].

Существенным различием производственных кооперативов, крестьянских фермерских хозяйств от наиболее распространенных форм организации корпораций, — АО, ООО является то, что законодатель не устанавливает в них минимальной величины капитала, нижний его предел [1, 2]. То есть величина первоначально внесенного капитала (в про-

изводственных кооперативах — паевой фонд) [2] не регулирует ответственность по претензиям кредиторов, повышая, таким образом, для них уровень финансового риска. Сложившаяся ситуация может обусловить увеличение вероятности формирования их фиктивного капитала, особенно в нестабильных условиях экономического развития. Вместе с тем в комплексе отсутствие нижней, верхней

величин капитала в корпорациях – производственные кооперативы, крестьянские фермерские хозяйства повышает уровень их финансового риска.

Практические исследования показывают (табл. 1) [4], что в совокупности производственные кооперативы и крестьянские фермерские хозяйства занимают незначительную долю среди национальных корпораций.

Таблица 1 — Место производственных кооперативов и крестьянских фермерских хозяйств в составе национальных корпораций региона*

Годы	Всего корпораций		Производственные кооперативы		Крестьянские фермерские хозяйства		Другие	
	ед.	%	ед.	%	ед.	%	ед.	%
По институциональному признаку								
2012	44759	100	301	0,7	11998	26,8	32460	
2013	45698	100	292	0,6	11879	26,0	33819	74,0
2014	44936	100	276	0,6	10099	22,5	34837	77,5
2015	46068	100	268	0,6	10050	21,8	36018	78,2
2016	39320	100	245	0,6	4003	10,2	35317	89,8
По совокупному капиталу								
Годы	млн руб.	%	млн руб.	%	млн руб.	%	млн руб.	%
2012	838153	100	25849	3,1	877	0,1	811427	96,8
2013	988412	100	27879	2,8	1005	0,1	959528	97,1
2014	1213590	100	28770	2,4	1048	0,1	1183772	97,5
2015	1408722	100	33559	2,4	1243	0,1	1373920	97,5
2016	1767779	100	38017	2,2	1608	0,1	1728154	97,7

* На примере Ставропольского края.

Так, доля производственных кооперативов колеблется в пределах — 0,6–0,7 %, а в абсолютном выражении поступательное уменьшение с 301 ед. в 2012 г. до 245 ед. в 2016 г. Крестьянские фермерские хозяйства также в абсолютной величине поступательно сократились с 11998 ед. в 2012 г. до 4003 в 2016 г., а в удельных весах с 26,8 % до 10,2 % соответственно. Производственные кооперативы (более 81 %) и преимущественно крестьянские фермерские хозяйства (99,9 %) функционируют в сельском хозяйстве, имея особое значение для аграрного региона.

В составе капитала корпораций доля капитала производственных кооперативов колеблется в пределах 2,2–3,1 %, а в абсолютном выражении поступатель-

ный рост с 25849 млн руб. до 38017 млн руб. Удельный вес капитала крестьянских фермерских хозяйств незначителен, но постоянен – 0,1 %, а в абсолютной величине увеличение с 877 млн руб. до 1608 млн руб.

В производственных кооперативах (табл. 2) доля собственного капитала колеблется в пределах 73,8–84,0 %, а в абсолютном выражении рост с 25849 млн руб. до 38017 млн руб., удельный вес внешнего капитала колеблется в пределах 16–26,2 %. В крестьянских фермерских хозяйствах также отмечается увеличение собственного капитала в абсолютном выражении с 877 млн руб. до 1608 млн руб., доля собственного капитала изменяется в пределах 65,5–86,3 %, а внешнего — 13,7–34,5 %.

Таблица 2 — Оценка соотношения собственного и внешнего капитала в корпорациях – производственные кооперативы и крестьянские фермерские хозяйства

Годы	Капитал корпораций, всего		Собственный капитал		Внешний капитал	
	млн руб.	%	млн руб.	%	млн руб.	%
Производственные кооперативы						
2012	25849	100	19335	74,8	6514	25,2
2013	27879	100	20570	73,8	7309	26,2
2014	28770	100	22163	77,0	6607	23,0
2015	33559	100	26811	79,9	6748	20,1
2016	38017	100	31926	84,0	6091	16,0
Крестьянские фермерские хозяйства						
2012	877	100	574	65,5	303	34,5
2013	1005	100	718	71,5	287	28,5
2014	1048	100	828	79,0	220	21,0
2015	1243	100	1072	86,3	171	13,7
2016	1608	100	1315	81,8	293	18,2

Продолжая аналитическое исследование, учитывая, что качественный рост капитала обеспечивается прибылью, его движущей силой, определяющей возможности организации к акцептованию риска и возрастанию капитала [7, с. 13], в корпорациях — производственные кооперативы и крестьянские фермерские хозяйства, изучается прибыльность активов и собственного капитала по традицион-

ному соотношению чистой прибыли и собственного капитала / активов соответственно (табл. 3). Обращает на себя внимание, что производственные кооперативы и крестьянские фермерские хозяйства имеют лучшие показатели прибыльности, что очевидно, поскольку в составе их капитала преобладает собственный капитал, но в итоге приводит к ситуации не полного получения финансового результата.

Таблица 3 — Основные показатели прибыльности в корпорациях — производственные кооперативы и крестьянские фермерские хозяйства, %

Годы	Прибыль / активы	Прибыль / Собственный капитал
Производственные кооперативы		
2012	+ 11,2	+ 15,0
2013	+ 6,5	+ 8,8
2014	+ 11,8	+ 15,4
2015	+ 11,8	+ 14,8
2016	+ 6,6	+ 7,8
Крестьянские фермерские хозяйства		
2012	+ 7,9	+ 12,1
2013	+ 173,3	+ 242,4
2014	+ 337,9	+ 427,8
2015	+ 336,8	+ 390,2
2016	+ 61,6	+ 75,3

Итак, оценка стояния капитала в новых корпорациях — производственные кооперативы и крестьянские фермерские хозяйства, свидетельствует о том, что:

– российский законодатель, наделяя их корпоративным статусом, не определяет нижней и верхней величины

их капитала, способствуя тем самым росту уровня их финансового риска;

– по количественному признаку отмечается их незначительный удельный вес в составе национальных корпораций и прослеживается тенденция уменьшения в абсолютной величине;

– наблюдается незначительная доля их капитала в совокупном капитале корпораций, но отмечается его поступательный рост в абсолютной величине;

– преобладание собственного капитала в совокупном с тенденцией увеличения их абсолютной величины;

– сверхвысокая прибыльность собственного капитала и активов, ограничивающая возможности полного получения ими финансового результата.

Вышеизложенное обуславливает необходимость применения в финансо-

вой и аналитической деятельности производственных кооперативов и крестьянских фермерских хозяйств специального показателя, регулирующего нижнюю и верхнюю величины собственного и совокупного капиталов. Таким универсальным показателем может выступать мультипликатор капитала (табл. 4), когда, например, нижнюю величину капитала можно устанавливать через соотношение активов и первоначального капитала, а верхнюю – соотношение активов и собственного капитала.

Таблица 4 — Значения мультипликатора капитала в корпорациях – производственные кооперативы и крестьянские фермерские хозяйства

Годы	Производственные кооперативы, ед.	Крестьянские фермерские хозяйства
2012	1,337	1,527
2013	1,355	1,398
2014	1,298	1,266
2015	1,252	1,159
2016	1,191	1,223

Дж. Синки полагает, что мультипликатор капитала – это «дрожжи» / рычаг, приумножающий мощь собственной его части [7, с. 520]. Применение его в качестве регулятора нижней и верхней величин первоначального / собственного капиталов производственных кооперативов и крестьянских фермерских хозяйств обусловлено тем, что он выступает как:

– рычаг управления структурой собственного и внешнего капитала;

– инструмент, оптимизирующий соотношение между собственным и внешним капиталом без нарушения устойчивой работы;

– регулирует приращение собственного капитала, создающее дополнительные возможности по аккумулярованию внешнего капитала.

В целом для всех коммерческих организаций оптимальное значение соотношения активов и собственного капитала – 2–4 ед. Важно, чтобы прирост капитала соответствовал приросту активов, выступающих базой получения

прибыли. Расчеты констатируют, что в производственных кооперативах значения мультипликатора колеблются в пределах 1,191–1,355 ед., достигая наименьшей отметки в 2016 г. — 1,191 ед., а в крестьянских фермерских хозяйствах — 1,159–1,527 ед. То есть по значениям мультипликатора капитала в производственных кооперативах и крестьянских фермерских хозяйствах они не дополучают прибыль.

Учитывая, что российский законодатель при характеристике корпораций акцентирует внимание на управленческом аспекте, управляющие органы производственных кооперативов и крестьянских фермерских хозяйств должны устанавливать минимальную и максимальную величину капитала через его мультипликатор, регулируя, таким образом, и степень финансового риска.

Представляет интерес характеристика финансовых рисков по модели Дж. Синки «прибыль на капитал» [8, с. 500] (табл. 5).

Таблица 5 — Оценка финансовых рисков производственных кооперативов и крестьянских фермерских хозяйств по модели «Чистая прибыль / Собственный капитал»

Годы	Чистая прибыль / Активы, %	Активы / Собственный капитал, ед.	Чистая прибыль / Собственный капитал, %
Производственные кооперативы			
2012	11,2	1,337	15,0
2013	6,5	1,355	8,8
2014	11,8	1,298	15,4
2015	11,8	1,252	14,8
2016	6,6	1,191	7,8
Крестьянские фермерские хозяйства			
2012	7,9	1,527	12,1
2013	173,3	1,398	242,4
2014	337,9	1,266	427,8
2015	336,8	1,159	390,2
2016	61,6	1,223	75,3

Чистая прибыль / Собственный капитал = Чистая прибыль / Актив × Актив / Собственный капитал. (1)

В производственных кооперативах, крестьянских фермерских хозяйствах рост прибыльности собственного капитала достигается наряду с недостижением мультипликатором капитала оптимального уровня.

Таким образом, проведенное исследование доказывает, что для обеспечения равномерного, упорядоченного роста активов и снижения уровня финансовых рисков управляющим органам необходимо устанавливать минимальный и максимальный значения мультипликатора капитала, в основе расчета которого может быть первоначальная величина капитала, собственный капитал, активы, тщательно наблюдая за его соблюдением и изменением. В результате защищаются кредиторы. Установление мультипликатора капитала позволит выбрать оптимальное соотношение между 1) уровнем финансовой устойчивости корпораций, который при большей доли собственного капитала в его совокупной величине будет выше и 2) прибыльностью капитала, обеспечиваемой при обратной ситуации.

Библиографический список

1. О крестьянском (фермерском) хозяйстве : [ФЗ № 74-ФЗ от 11.06.2003] / СПС «Консультант Плюс».
2. О производственных кооперативах : [ФЗ № 41-ФЗ от 08.05.1996] // СПС «Консультант Плюс».
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1 : [ФЗ № 51-ФЗ от 30.11.1994] // СПС «Консультант-плюс».
4. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ставропольскому краю [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.stavstat.gks.ru.
5. Бондаренко, В. А., Гузенко, Н. В. Вопросы и перспективы импортозамещения сельскохозяйственной продукции // Финансовые исследования. — 2016. — № 3 (52). С. 166-171.
6. Галазова, С. С., Мануйленко, В. В. Оценка финансовой реализации основной цели деятельности российскими коммерческими корпоративными организациями // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2017. — № 10. — Т. 4 (70). — С. 52-58.
7. Мануйленко, В. В., Садовская, Т. А. Региональный опыт формирования и

использования прибыли акционерных обществ: проблемы и перспективы // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — 2012. — № 44. — С. 11–21.

8. Синки, Дж. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2016.

Bibliographic list

1. About peasant farm : [FL № 74-FZ from 11.06.2003] // Consultant Plus.

2. About production cooperatives: [FL № 41-FZ from 08.05.1996] // Consultant Plus.

3. Civil code of Russian Federation. Part 1 : [FL № 51-FZ from 30.11.1994] // Consultant Plus.

4. Bondarenko, V. A., Guzenko, N. V.

Questions and perspectives of import substitution of agricultural products // Financial studies. — 2016. — № 3 (52). — P. 166–171.

5. Galazova, S. S., Manuylenko, V. V. Decision of financial implementation of main objective of activity by Russian commercial corporate bodies // Economy and management: problems, decisions. — 2017. — Т. 4 (70). — № 10. — P. 52–58.

6. Manuylenko, V. V., Sadovskaya, T. A. Regional experience of forming and use of profit of joint-stock companies: problems and perspectives, // Financial analytics: problems and decisions. — 2012. — № 44. — P. 11–21.

7. Sinki, J. Financial management in commercial bank and in financial services industry. — М. : Alpina Business of Axle boxes, 2016.

A. B. Milenkov

КЛЮЧЕВОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ СУБЪЕКТОВ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация

В статье представлено определение качества финансовой системы субъекта Федерации, а также состав локальных показателей, характеризующих ее качество, среди которых выделен ключевой показатель — характеристика устойчивости финансовой системы территории. Автор обосновывается выбор данного показателя как ключевого, дается определение устойчивости финансовой системы субъекта Федерации, а также определяется цель анализа устойчивости финансовой системы территории.

Ключевые слова

Качество финансовой системы субъекта Федерации, показатели качества финансовой системы территории, устойчивость финансовой системы субъекта Федерации.

A. V. Milenkov

KEY INDICATOR OF QUALITY OF FINANCIAL SYSTEM OF SUBJECTS OF FEDERATION

Annotation

Article presents a definition of quality of financial system the subject of Federation and local indicators of quality, among which highlighted the key indicator — characteristic of stability of the financial system of territory. Author substantiates the choice of this indicator as a

key, defines the stability of financial system of Federation, and also defines the purpose of analysis of stability of financial system of territory.

Keywords

Quality of financial system the subject of Federation, indicators of quality of financial system of territory, stability of financial system of subject of Federation.

Качество как общенаучное понятие представляет собой совокупность существенных признаков, особенностей и свойств, которые отличают один предмет или явление от других и придают каждому из них определенность [6]. Исходя из того, что определение качества объекта должно основываться на его фундаментальных свойствах, обусловленных, в частности, отнесением финансов к особой группе отношений по поводу распределения ресурсов, представляется обоснованным при формировании терминологических основ учитывать приоритет экономической природы финансовой системы территории [4].

Основные положения современной теории управления качеством определяют качество объекта его пригодностью к использованию и широким кругом факторов, отражающих различные аспекты влияния среды, в которой он производится. Определяя качество экономического субъекта, следует, по нашему мнению, исходить из того, что комплекс действий, составляющих экономическую деятельность, реализуется организациями, представляющими собой социально-экономические системы, и, следовательно, отразить эту существенную особенность при его трактовке. С учетом данного требования, основываясь на результатах исследований в смежных областях, под качеством социально-экономической системы следует понимать степень достижения ею поставленной общей цели посредством выполнения заданных функций на уровне, соответствующем установленным параметрическим требованиям.

Наиболее состоятельным в методологическом отношении с позиций возможности использовать предлагае-

мую трактовку к исследуемому объекту представляется определение качества, зафиксированное в действующем нормативном документе — государственном стандарте, где данное понятие представляет собой «совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности» [2]. Данное определение может быть положено в основу толкования качества любого объекта, который является элементом социальных и экономических отношений и обладает структурной сложностью, определяющей множественность его параметрических оценок. К таким объектам следует отнести и финансовую систему субъекта Федерации, представляющую собой в социальном аспекте инструмент удовлетворения определенных общественных потребностей, а с экономической точки зрения выступает потребитель материально-технических и трудовых ресурсов, производителем финансовых услуг.

По мнению автора, качество финансовой системы субъекта Федерации представляет собой совокупность ее свойств, выраженную специфическим набором параметрических характеристик, определяющих ее способность удовлетворять потребности социально-экономического комплекса и населения региона в услугах по аккумуляции и распределению денежных средств [4].

Предлагаемая трактовка понятия «качество финансовой системы субъекта Федерации» для целей ее прикладного применения требует, в первую очередь, параметрического обеспечения, состоящего в конкретизации определенного состава существенных показателей финансовой системы территории

и обоснования методологических подходов и решений по их оценке.

Важной специфической особенностью качества финансовой системы региона, как объекта оценивания, является то, что такие параметры могут иметь как количественное измерение, так и качественный характер, что обуславливает необходимость решения задачи их целесообразного сочетания при определении качества финансовой системы территории. Следует в этой связи подчеркнуть, что указанное выше сочетание в данном случае не подразумевает механического объединения разнородных параметров в обобщающий показатель.

В состав локальных показателей качества финансовой системы субъекта Федерации, по мнению автора, следует включить такие ее характеристики, как:

1) совокупный капитал финансовых организаций субъекта Федерации в целом и по группам (банки, страховые организации, инвестиционные компании и др.);

2) финансовая структура совокупного капитала финансовых организаций региона в целом и по группам;

3) качество совокупных активов финансовых организаций территории в целом и по группам в соответствии с признаками ликвидности, доходности и риска;

4) число финансовых организаций субъекта в целом и по группам в соответствии с признаками величины капитала, числа клиентов и другим показателям;

5) территориальная специализация финансовых организаций региона в целом и по группам в соответствии с признаками долей ресурсов, получаемых и размещаемых в хозяйственном комплексе субъекта Федерации;

б) отраслевая специализация финансовых организаций региона в целом и по группам, исходя из признаков соответствия отраслевой структуры активов структуре хозяйственного комплекса субъекта Федерации.

Предложенный состав локальных показателей качества, на наш взгляд,

должен корректироваться, исходя из объективной географической, демографической, социальной и национальной специфики отдельного субъекта Федерации, а также в соответствии со сложившейся экономической ситуацией, обуславливающей состав и масштабы тактических и стратегических задач его развития.

В составе показателей качества финансовой системы региона представляется необходимым выделить ключевой, в наибольшей степени, отражающий влияние денежных отношений на изменение экономических и социальных результатов развития субъекта Федерации. Таким показателем качества финансовой системы региона, по мнению автора, целесообразно считать характеристику ее устойчивости.

В современной экономической литературе, как справедливо отмечается учеными-экономистами [1, 7], нет четкого разграничения между понятиями безопасность, стабильность и устойчивость, что создает их кажущуюся синонимичность в обобщенной трактовке, отражающей способность объекта реагировать на внешние воздействия и сохранять при этом свои свойства в определенном промежутке времени. Устойчивость, согласно общей теории систем и теории управления системами, представляет собой одну из важнейших характеристик качества управляемых систем. При этом различаются понятия собственно устойчивости, точности и помехоустойчивости системы, соответственно, отражающие:

1) состояние отсутствия внешних воздействий, когда система находится в состоянии равновесия;

2) ситуацию наличия штатных внешних сигналов, когда реакция системы на воздействие достаточно предсказуема;

3) наличие случайных внешних воздействий, когда система в той или иной степени способна сохранять за-

данные свойства в условиях непредусмотренных внешних сигналов.

При этом некоторые авторы в экономической литературе отмечают [1, 5], что для нормального функционирования системы ее устойчивость является необходимым свойством, так как после прекращения случайных внешних воздействий система должна возвращаться в исходное состояние, поскольку в противном случае во взаимодействии элементов системы возникают большие отклонения от целевых ориентиров.

Применительно к финансовой системе субъектов Федерации изложенные положения общей теории систем следует адаптировать с учетом ее содержательной специфики. Такой подход позволяет считать ситуацию равновесия объекта исследования таким состоянием, когда финансовая система субъекта Федерации сохраняет все ее целевые, функциональные и структурные характеристики и обеспечивает установленные потребности хозяйственного комплекса субъекта Федерации в денежных ресурсах. В том случае когда расширяется состав требований к экономическому росту региона, например, при изменении или корректировке параметров стратегических программ и тактических планов развития субъекта Федерации, его финансовая система должна отвечать на эти внешние сигналы, как на штатные воздействия, и проявлять адекватную им плановую реакцию.

В ситуации существенного и внепланового изменения условий функционирования хозяйственного комплекса региона, например, при переходе экономики в кризисную ситуацию, эти изменения следует рассматривать как случайные внешние воздействия. При этом устойчивость финансовой системы территории проявляется в ее способности сохранять ориентированность на достижение общей цели — формировать денежные отношения и организовывать движение денежных средств субъектов экономики, расположенных

на подведомственной территории в интересах социально-экономической результативности субъекта Федерации.

В целом, применительно к финансовой системе территории, по нашему мнению применимо следующее определение ее устойчивости: устойчивость финансовой системы субъекта Федерации представляет собой способность совокупности региональных финансовых институтов и организаций сохранять возможность обеспечения социально-экономической сферы субъекта Федерации денежными ресурсами в условиях изменения параметров и условий ее социально-экономического развития.

Целью анализа устойчивости финансовой системы субъекта Федерации, по нашему мнению, следует признать выявление объективных и субъективных причин, влияние которых определяет способность финансовых институтов и организаций региона эффективно участвовать в достижении социальных и экономических целей его развития посредством предоставления субъектам реального сектора необходимого объема денежных средств на условиях, обеспечивающих согласование интересов инвесторов и реципиентов инвестиций, главным направлением которого в современных условиях является исследование институциональной среды функционирования данной системы.

Достижение цели анализа устойчивости финансовой системы территории требует, в соответствии с фундаментальными положениями системного подхода, ее дефрагментации, позволяющей трансформировать цель в ряд задач, которые должны быть сформулированы как требования к разработке прикладных инструментов ее достижения. Такими задачами следует признать исследование результативности влияния отдельных групп факторов на устойчивость финансовой системы субъекта Федерации, главным направлением которого в современных условиях является

ся анализ институциональной среды функционирования данной системы.

Выделение в качестве ключевого условия достижения поставленной цели объективного и всестороннего исследования комплекса институтов, как формы нормативного представления объекта, обусловлено тем, что российская государственность и общественная среда находятся в стадии активного институционального развития, которое характеризуется интенсивным процессом законотворчества на федеральном и региональном уровне и организационным структурированием гражданского общества. При этом процесс законотворчества, включающий в себя как создание новых нормативных актов, так и корректировку действующих, проходит весьма высокими темпами, что требует от руководителей организаций всех отраслей, в том числе финансовых, выделения специальных ресурсов их анализа [4].

Библиографический список

1. *Аверина, О. И., Мамаева, И. С.* Анализ и оценка финансовой устойчивости : моногр. — М. : Научная библиотека, 2014.
2. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения.
3. *Ерохина, Т. Б.* Investor Relations — коммуникативные отношения с инвесторами // *Философия хозяйства*. — 2006. — С. 1.
4. *Миленков, А. В.* Методологические подходы к оценке финансовой системы региона. // *Ученые записки Российской Академии предпринимательства*. — 2015. — № 45.

5. *Михалев, О. В.* Экономическая устойчивость хозяйственных систем: методология и практика научных исследований и прикладного анализа. — СПб. : Изд-во Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010.

6. *Философский словарь*. Республика. — М., 2009.

7. *Харитоненко, Л. А.* Надежность коммерческого банка. — Белгород : Константа, 2008.

Bibliographic list

1. *Averina, O. I., Mamayeva, I. S.* Analysis and assessment of financial stability : monograph — М. : Scientific Library, 2014.

2. GOST 15467-79. Product quality control. Basic concepts. Terms and determinations.

3. *Yerokhina, T. B.* Investor Relations — communicative investor relations // *Philosophy of economy*. — 2006. — P. 1.

4. *Milenkov, A. V.* Methodological approaches to assessment of financial system of region // *Scientific notes of Russian Academy of entrepreneurship*. — 2015. — № 45.

5. *Mikhalev, O. V.* Economic stability of economic systems: methodology and practice of scientific research and applied analysis. — SPb. : Publishing house of St. Petersburg academy of management and economy, 2010.

6. *Philosophical dictionary*. Republic. — М., 2009.

7. *Haritonenko, L. A.* Reliability of commercial bank. — Belgorod : Konstanta, 2008.

Р. Г. Михайленко, М. Н. Пилипенко

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПЛАНИРОВАНИЮ АУДИТА РАСХОДОВ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ ПРОИЗВОДСТВ

Аннотация

В статье проанализировано применение пообъектного, циклического, процессно-объектного, системного подхода при планировании и проведении аудита расходов вспомогательных производств. Рассмотрены преимущества и недостатки исследуемых подходов, рассмотрена возможность применения исследуемых подходов к планированию аудита затрат вспомогательных производств.

Ключевые слова

Вспомогательное производство, планирование аудита, аудиторская проверка, подход, затраты, процессы хозяйственной деятельности, пообъектный подход, циклический подход, процессно-объектный подход, системный подход.

R. G. Mikhaylenko, M. N. Pilipenko

METHODICAL APPROACHES TO PLANNING OF AUDIT OF EXPENSES OF AUXILIARY PRODUCTIONS

Annotation

Article analyzes the use of site-specific, cyclical, process-object, system approach in planning and conducting the audit of expenses of auxiliary production. advantages and disadvantages of studied approaches consider the possibility of using the studied approaches to planning of audit of expenses of auxiliary production.

Keywords

Auxiliary production, audit planning, audit approach, costs, business processes, object-based approach cyclic approach, process-object approach, system approach.

Аудиторская проверка — довольно сложный и трудоемкий процесс, который требует высокого качества работы и тщательной подготовки. Необходимым средством такой подготовки является всесторонне продуманное планирование, которое создавало бы уверенность у исполнителей в том, что используются наиболее эффективные и действенные процедуры аудита [10]. Эффективность проведения аудиторской проверки всегда основывается на тщательном планировании и подготовке.

Планирование предполагает «разработку общей стратегии и детального подхода к ожидаемому характеру, срокам проведения и объему аудиторских процедур» [1] в соответствии с федеральным правилом (стандартом) ауди-

торской деятельности № 3 «Планирование аудита».

Обеспечение проведения аудиторской проверки наиболее оптимальным образом с точки зрения выбранного критерия является целью аудита. Процесс планирования осуществляется в соответствии с ФПСАД № 3 «Планирование аудита», разработанным на основе международного стандарта аудита № 300 «Планирование аудита финансовой отчетности». В ходе планирования аудиторская организация должна руководствоваться принципами комплексности, непрерывности и оптимальности. Характеристика принципов аудиторской деятельности и их применение при планировании аудита расходов вспомогательных расходов отражена в таблице 1.

Таблица 1 — Характеристика принципов аудиторской деятельности и их использование применительно к планированию аудита расходов вспомогательных производств

Принцип планирования аудита	Сущность принципа	Использование принципа применительно к планированию аудита расходов вспомогательных производств
Принцип комплексности	Предполагает обеспечение взаимосвязанности и согласованности всех этапов планирования — от предварительного планирования до составления общего плана и программы аудита	Оценка рисков осуществляется по конкретным предпосылкам в отношении расходов вспомогательных производств с учетом существенности отдельных видов расходов. В частности необходимо понимание сущности производственного процесса и его технологических особенностей
Принцип непрерывности	Выражается в установлении сопряженных заданий группе аудиторов и увязке этапов планирования по срокам и по смежным хозяйствующим субъектам	Устанавливается в рамках общего аудита затрат в том числе аудит расходов вспомогательных производств
Принцип оптимальности	Заключается в том, что в процессе планирования аудиторской организации следует обеспечить вариантность планирования для возможности выбора оптимального варианта общего плана и программы аудита на основании критериев, определенных самой аудиторской организацией	Объем планируемых процедур в отношении расходов вспомогательных производств находится в прямой зависимости от характера и эффективности средств внутреннего контроля на данном участке с учетом сложности и количества хозяйственных операций определяющих формирование расходов вспомогательных производств

Изучение и адаптация принципов на практике позволяет аудитору выбрать наиболее оптимальный подход при планировании и проведении аудиторской проверки в отношении отдельных сегментов отчетности, в том числе и расходов вспомогательных производств.

Наличие разных видов вспомогательных производств является особенностью деятельности организаций. Вспомогательные производства предназначены для обеспечения основного производства электрической, тепловой энергией, паром, холодом, водоснабжением, изготовлением и ремонтом технологического оборудования, зданий и сооружений. При этом перечень их функций вспомогательных производств не ограничивается указанными задачами и зависит от индивидуальной организационной структуры организаций. Вспомогательные производства, в отли-

чие от основного, как правило, не производят конечного продукта, но могут быть задействованы в изготовлении иных видов продукции, потребляемых основным производством или реализуемых потребителю. Разнообразие бизнес-сценариев, использующих активы и ресурсы вспомогательных производств, предполагает формирование гибкой адаптивной системы учета возникающих расходов.

Таким образом, расходами вспомогательных производств будут являться расходы производственных структурных подразделений организаций, которые заняты обеспечением процесса основного производств.

Расходы обычно выступают в форме уменьшения оттока активов и отражаются в «Отчете о финансовых результатах», то есть лишь в момент продажи товаров, продукции, работ,

услуг, организация признает свои доходы и связанные с ними расходы — как себестоимость продаж. Часть расходов вспомогательных производств после распределения отражаются в форме «Бухгалтерский баланс» по строкам «Незавершенное производство» и «Готовая продукция».

Аудиторская проверка расходов вспомогательных производств требует должной организации путем разработки и применения методических рекомендаций по выполнению и сбору аудиторских доказательств. Многие проблемы методического характера при аудите различных сегментов аудита, в том числе и расходов вспомогательных производств, заключаются в отсутствии разработанной технологии, в которой нашлась бы отражение последовательность проведения аудиторских процедур. Для разработки такой технологии, возможно, использовать различные методические подходы либо их совокупность.

В работах отечественных и зарубежных ученых-экономистов Варламовой Е. Н. [3], Мерзлякиной Е. М., Никольской Ю. П. [6], Парушиной Н. В., Суворовой С. П. [7], Данилевского Ю. А., Шапигузова С. М., Ремизова Н. А. [4], Дефлиза Ф. Л., Дженика Г. Р., О'Рейлли В. М., Хирша М. Б. [1], рассмотрены следующие виды подходов, которые могут быть применены при планировании и проведении аудита: подход дезагрегации финансовой отчетности, пообъектный, циклический (системный), а также процессно-пообъектный подход. Относительно планирования аудита расходов вспомогательных производств, необходимо провести анализ их применимости с целью выбора оптимального подхода.

Подход дезагрегации финансовой отчетности позволяет подразделить отчетность на элементы и выразить подцели аудита. С помощью дезагрегирования осуществляется подтверждение

таких основных критериев достоверности бухгалтерской отчетности, как предпосылок подготовки бухгалтерской (финансовой) отчетности [9].

Традиционно подразделение бухгалтерской отчетности осуществляется в несколько уровней, а именно: бухгалтерская отчетность; статьи бухгалтерской отчетности; счета бухгалтерского учета и хозяйственные операции. Традиционное подразделение бухгалтерской отчетности может быть дополнено дополнительным уровнем, включающим предпосылки подготовки бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Классификация проверяемых аудитором предпосылок по областям их использования представлена в таблице 2.

Таким образом, подразделение отчетности на элементы облегчает работу с бухгалтерской (финансовой) отчетностью и помогает в распределении задач между членами аудиторской группы при проведении аудита. В итоге основным тестируемым элементом при данном подходе является хозяйственная операция.

Следует отметить, что большинство ученых-экономистов отдают предпочтение пообъектному подходу. Это связано с тем, что при изучении отдельных элементов учета, подлежащих аудиту, методически более удобно излагать материал в соответствии с пообъектным сегментированием. При данном подходе выделяемые сегменты аудита фактически сходятся с объектами бухгалтерского учета. Объектом аудита расходов вспомогательных производств при пообъектном подходе является хозяйственная операция. Хозяйственная операция при пообъектном подходе признается в качестве определяющего элемента структурирования методики аудита расходов вспомогательных производств.

Таблица 2 — Классификация предпосылок по областям их использования

Предпосылки	Категории информации		
	Группы однотипных хозяйственных операций	Сальдо счетов на конец отчетного периода	Представление и раскрытие в финансовой отчетности
Возникновение	Операции и события, были записаны, и произошли	X	Раскрытие события, операции и другие вопросы возникли и относятся к аудируемому лицу
Права и обязанности	X	Аудируемое лицо владеет или контролирует права на активы, и обязательства являются его обязанностью	
Полнота	Все операции и события, которые должны быть записаны, были записаны	X	Все раскрытия, которые должны были быть включены в финансовые отчеты, в них включены
Точность	Суммы и другие данные, относящиеся к записанным операциям и событиям, были записаны с соответствующим образом	X	Финансовая и другая информация раскрыта честно и в соответствующих суммах
Существование	Операции и события были записаны в верном учетном периоде	X	X
Понятность	X	X	Финансовая информация представлена и описана

Укрупненный алгоритм групп хозяйственных операций связанных с формированием расходов вспомога-

тельных производств при пообъектном подходе представлен рисунке 1 [9].

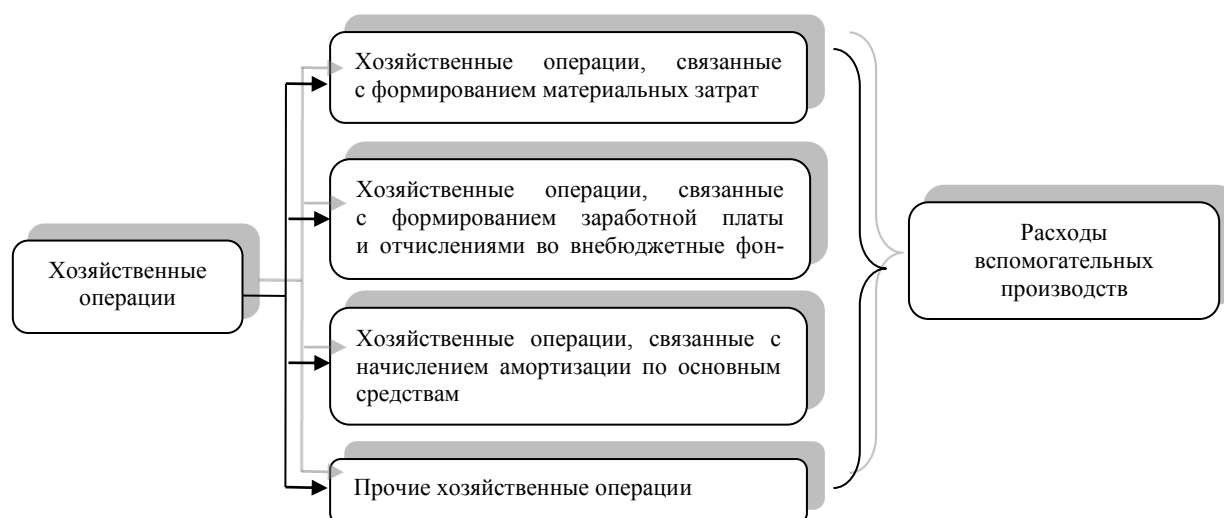


Рисунок 1 — Укрупненный алгоритм формирования расходов вспомогательных производств при пообъектном подходе

Пообъектный подход является классическим и применяется большинством аудиторов. Тем не менее этот подход не позволяет в полной мере выполнить такой принцип аудита, как оптимальность. Для подтверждения принципа оптимальности при планировании и проведении аудиторской проверки целесообразно использовать циклический

подход, основанный на выделении в качестве сегментов аудита взаимосвязи между объектами учета, образующихся при исполнении хозяйственных операций (циклов хозяйственных операций).

В таблице 3 приведена систематизация основных циклов, выделяемых различными учеными при циклическом подходе.

Таблица 3 — Систематизация циклов циклического подхода

Основные циклы, выделяемые учеными при циклическом подходе	Авторы					
	Мерзликина Е. М., Никольская Ю. П.	Парушина Н. В., Суворова С. П.	Данилевский Ю. А., Шапигузов С. М., Ремизов Н. А.	Шеремет А. Д., Суйц В. П. [8]	Дефлиз Ф. Л., Дженик Г. Р., О'Рейлли В. М., Хирш М. Б.	Варламова Е. Н.
Цикл получения доходов	+				+	
Цикл приобретения (заготовления) и расходования	+	+	+	+		+
Цикл производства (производственный)	+	+	+	+	+	
Цикл финансовый и инвестиционный (инвестирования)	+	+				
Цикл реализации, получения доходов и формирования финансового результата		+	+	+		+
Цикл оплаты		+	+	+		+
Цикл использования прибыли и формирования капитала		+	+			
Цикл покупки					+	
Цикл аудит кассовой наличности, имущества и оборудования предприятия					+	
Цикл инвестиций, предварительных выплат и начислений, подоходного налога, дебиторов и счетов капитала					+	

Группировка циклов зависит от отрасли, особенностей технологии производства, видов продукции и других хозяйственных факторов.

Относительно расходов вспомогательных производств, аудиторская проверка при циклическом подходе охватывает следующие виды циклов: цикл приобретения, цикл производства продукции и цикл выпуска (реализации)

продукции (рис. 2). Взаимосвязь данных циклов объединяют хозяйственные операции, связанные с приобретением, производством и реализацией продукции (услуг). Среди представленных на следующем рисунке циклов наиболее объемным циклом является цикл производства. Типичные операции данного цикла производства представлены на рисунке 3.

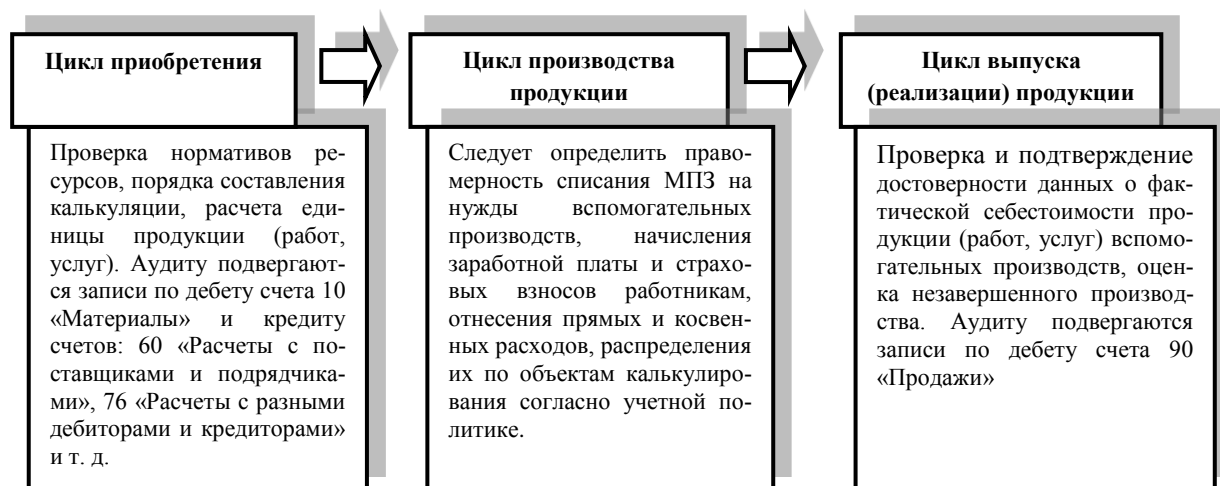


Рисунок 2 — Взаимосвязь циклов расходов вспомогательных производств

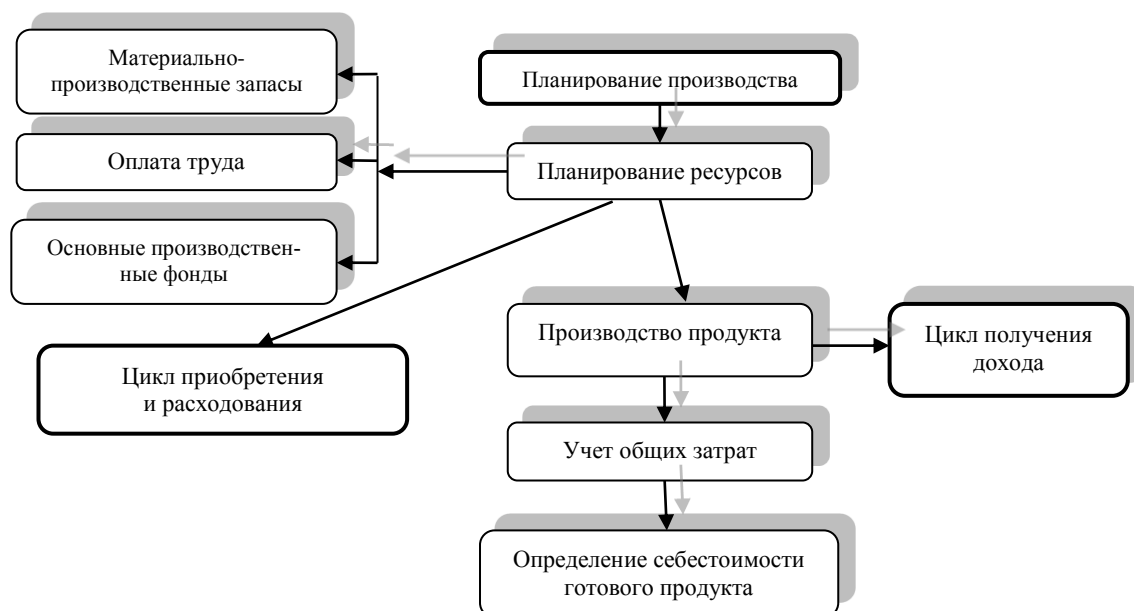


Рисунок 3 — Взаимосвязь хозяйственных операции в цикле производства

Аудит цикла производства сложный и трудоемкий. Цикл производства вспомогательных производств может, как входить в общий цикл производства, так и рассматриваться в качестве самостоятельного. Для того чтобы качественно провести аудит цикла производства, аудитору необходимо понимать сущность производственного процесса и его технологические особенности. Так, цикл производства взаимосвязан со следующими циклами представ-

ленными на рисунке 4. В цикле производства основной целью аудита является проверка последовательности формирования и верности учета расходов вспомогательных производств, от которых, в конечном счете, зависит уровень достоверности финансового результата от продаж.

Типичные случаи искажения информации в производственном цикле, свидетельствующие о неэффективности средств контроля отражены в таблице 4.



Рисунок 4 — Взаимосвязь цикла производства с циклами хозяйственной деятельности

Таблица 4 — Ошибки искажения информации

Типичные нарушения	Предпосылки подготовки (финансовой) бухгалтерской отчетности
Несоответствие применяемого метода учета затрат, зафиксированного в Учетной политике	Представление
Некорректная корреспонденция счетов при отражении операций по учету расходов вспомогательных производств	Точность
Искажение величины расходов вследствие арифметических ошибок при расчете амортизационных отчислений по основным средствам, расходов на оплату труда, страховым взносам и др.	Точность
Отсутствие первичных документов при отражении расходов вспомогательных производств	Полнота
Несвоевременное отражение расходов вспомогательных производств в бухгалтерском и налоговом учете	Возникновение, полнота
Отражены издержки производства, которые в действительности не производились	Возникновение
Не все затраты, фактически имевшие место в отчетном периоде, отражены на счетах	Полнота
Затраты отнесены не на те счета, которые указаны в рабочем Плане счетов	Представление
Учет затрат не завершен не списаны затраты на себестоимость продукции (работ, услуг)	Полнота, точность

Для повышения эффективности аудита, при планировании аудита наравне с циклическим подходом может

быть использован системный подход. Системный подход подразумевает планомерный, документальный процесс

накопления, анализа и подтверждения информации о целях и возможностях аудита в данных обстоятельствах, а также знаний об экономическом субъекте, достаточных с позиции разумной уверенности, для принятия современных решений. Системный подход, следует рассматривать в разрезе хозяйственных операций классифицированных по процессам: процесс приобретения; процесс производства и процесс реализации и передачи услуг. Благодаря системному подходу, возможны документально обоснованная предварительная оценка расходов вспомогательных производств, а также качественная характеристика влияния различных факторов на работу клиента. На этой основе строится профессиональное мнение аудитора, используемое для выполнения дальнейших этапов планирования.

Кизилов А. Н., Богатая И. Н., выделяют новый процессно-пообъектный подход, который, по их мнению, нельзя отнести ни к циклическому, ни к пообъектному. Процессно-объектный подход содержит в себя как элементы пообъектного, так и циклического подхода, традиционно рассматриваемых теорией аудита. Данный подход органически следует из концепции процессно-ориентированного управления и основывается на использовании процессного подхода. Процессно-объектный подход предполагает совмещение элементов циклового, пообъектного и процессного подходов. Его преимущество состоит в существенном снижении затрат труда и времени и уменьшении повторения действий сотрудников аудиторской группы [5]. При процессно-объектном подходе место аудита расходов вспомогательных производств зависит от выделяемых процессов.

Подводя итог, можно сказать о том, что на сегодняшний день отсутствует какой-либо универсальный подход. Рассмотренные в статье подходы, могут быть в равной степени примене-

ны при планировании и проведении аудита. При выборе методического подхода, следует учитывать масштабы, особенности деятельности, структуру, виды операций, где присутствуют как часто повторяющиеся однотипные, которые можно проверить по циклам, так и разовые, но имеющие существенное значение хозяйственные операции

Таким образом, изучение и применение различных методических подходов, которые могут быть использованы в процессе планирования и проведения аудита позволяют рационально организовать аудит вместе с тем уменьшить риск существенных ошибок, а также способствуют наиболее эффективному достижению цели аудиторской проверки, как в отношении отдельных объектов аудита, в том числе расходов вспомогательных производств, так и в отношении отчетности в целом.

Библиографический список

1. Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности [Электронный ресурс] : [утв. Постановлением Правительства № 696 23.09.2002 (в ред. от 22.12.2011)] // СПС «Консультант Плюс».
2. Аудит Монтгомери / Ф. Л. Деффлиз, Г. Р. Дженик, В. М. Рейли, М. Б. Хирш ; под. ред. Я. В. Соколова. — М. : Аудит : ЮНИТИ, 1997. — С. 289–427.
3. Варламова, Е. Н. Сегментирование бухгалтерской информации: подходы при аудите организации оптовой торговли // Аудиторские доказательства. — 2011. — № 2.
4. Данилевский, Ю. А., Шатигузов, С. М., Ремизов, Н. А., Старовойтова, Е. В. Аудит : учеб. пособие. — М. : ФБК-ПРЕСС, 1999. — С. 415–438.
5. Кизилов, А. Н., Богатая, И. Н. Методология и методика практического аудита : учеб. для магистров : учеб. для студентов вузов, обучающихся по напр. подготовки «Экономика» (квалифика-

ция (степень) магистр). — Ростов н/Д : Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2012. — С. 6, 44.

6. Мерзликина, Е. М., Никольская, Ю. П. Аудит : учебник. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2007. — С. 199–210.

7. Миргородская, Т. В. Аудит : учеб. пособие. — М. : КНОРУС, 2008. — С. 138–220.

8. Парушина, Н. В., Суворова, С. П. Аудит : учебник. — М. : Форум, 2009. — С. 120–124.

9. Пилипенко, М. Н. Развитие методики учета и аудита затрат во вспомогательных производствах коммерческой организации [Электронный ресурс] : дис. ... канд. экон. наук. — Ростов н/Д, 2014. — С. 303. — Режим доступа : <https://rsue.ru/avtoref/PilipenkoMN/PilipenkoMN.pdf>.

10. Фролова, Т. А. Аудит: конспект лекций. — Таганрог : ТТИ ЮФО, 2009 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.aup.ru/books/m201/3_1.htm.

11. Шеремет, А. Д., Суйц, В. П. Аудит : учебник. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2005. — С. 340.

Bibliographic list

1. About approval of Federal rules (standards) of audit activity [Electronic resource] : [app. by Decree of Government of 23.09.2002 № 696 (in ed. From 22.12.2011)] // Consultant Plus.

2. Audit Montgomery / F. L. Delis, G. R. Dzhenik, W. M. Reilly, M. B. Hirsch;

ed. by Yu. V. Sokolov. — М. : Audit, UNITY, 1997. — P. 289–427.

3. Varlamov, E. N. Segmentation of accounting information: approaches in the audit of wholesale trade organizations [Electronic resource] // Audit evidence. — 2011. — No. 2. Garant AERO.

4. Danilevsky, Yu. A., Shapiguzov, S. M., Remizov, N. A., Starovoitova, E. V. Audit : textbook. — М. : FBK-PRESS, 1999. — P. 415–438.

5. Kizilov, A. N., Bogataya, I. N. Methodology and techniques practical auditing : textbook. — Rostov-on-Don : Publishing house of Rostov RSUE (RINH), 2012. — P. 6, 44.

6. Merzlikina, E. M., Nikolskaya, Yu. P. Audit : textbook. — 3rd ed. — М. : INFRA-M, 2007. — P. 199–210.

7. Mirgorodskiy, T. V. Audit : textbook. — М. : KNORUS, 2008. — P. 138–220.

8. Poroshina, N. V., Suvorova, S. P. Audit : textbook. — М. : Forum, 2009. — P. 120–124.

9. Pilipenko, M. N. Development of methodology of accounting and audit costs of auxiliary production facilities of commercial organization [Electronic resource] : dis. — Rostov-on-Don, 2014. — P. 303. — Mode of access: <https://rsue.ru/avtoref/PilipenkoMN/PilipenkoMN.pdf>.

10. Frolova, T. A. Audit : abstract of lectures [Electronic resource]. — Таганрог : ТТИ SFD, 2009 — Mode of access : http://www.aup.ru/books/m201/3_1.htm.

11. Sheremet, A. D., Suits, V. P. Audit : textbook. — 5 ed. — М. : INFRA-M, 2005. — P. 340.

Е. П. Пешкова, С. П. Кюрджиев, А. А. Мамбетова

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕГРАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация

В статье с целью определения эффективности экономического потенциала организаций, исследована динамика изменения интегрального показателя эффективности использования экономического потенциала по предложенной методике, которая дает объективную оценку эффективности использования экономического потенциала и охватывает все сферы деятельности предприятия.

Ключевые слова

Интегральная оценка, экономический потенциал предприятия, себестоимость выпуска продукции, оценка эффективности экономического потенциала, интегральный показатель эффективности, факторы эффективного использования экономического потенциала.

E. P. Peshkova, S. P. Kyurdzhiev, A. A. Mambetova

USE OF INTEGRAL ASSESSMENT FOR DETERMINATION OF EFFICIENCY OF ECONOMIC CAPACITY OF ORGANIZATIONS

Annotation

In article for the purpose of determination of efficiency of economic capacity of the organizations, dynamics of change of an integral performance indicator of use of economic potential by the offered technique which gives objective efficiency evaluation of use of economic potential and covers all fields of activity of the enterprise is investigated.

Keywords

Integral assessment, economic capacity of the enterprise, cost value of production, efficiency evaluation of economic potential, integral performance indicator, factors of effective use of economic potential.

Одним из основных аспектов для предприятия является использование совокупной интегральной оценки, которая включала бы все возможности и учитывала ограничения при определении величины экономического потенциала предприятия. Для диагностики применяются следующие методы: экспертный, балльный, рейтинговый сравнительный анализ, факторный анализ, экономико-математическое моделирование, имитационное моделирование [1].

Решить многие задачи можно с помощью балльного метода, рейтингового, сравнительного или факторного анализа,

остальные подходы недостаточно работают на практике. Для промышленных предприятий, выбранных нами для анализа, такой критерий как себестоимость выпуска продукции, может быть положен в основу для сравнения.

Поскольку работа предприятий промышленности в значительной мере оценивается уровнем себестоимости продукции, тем самым определяется логика эффективности использования экономического потенциала. Она состоит в сравнении себестоимости продукции, которая выпускалась, за разные периоды времени. Уменьшился уровень

себестоимости — использование экономического потенциала эффективное, увеличился уровень себестоимости или остался на том же уровне — потенциал использован неэффективно. Такая оценка эффективности использования экономического потенциала с практической точки зрения является простой.

Сравнение уровня себестоимости продукции зависит от базы сравнения. Что имеется в виду? Если предприятие уменьшило себестоимость продукции на 1,5 %, то по формальной логике использование экономического потенциала этого предприятия можно признать эффективным. С другой стороны, аналогичное предприятие, проведя ряд мероприятий, добилось снижения себестоимости продукции на 5 %. Тогда эффективность использования экономического потенциала первого предприятия представляется не таким достаточным.

Необходимо признать существование разнообразных вариантов оценки эффективности экономического потенциала предприятий промышленности [2]. Рассмотрим два важнейших, по нашему мнению, способа. Первый базируется на сравнении показателей эффективности использования экономического потенциала на самом предприятии. Второй — на сравнении показателей эффективности использования экономического потенциала двух аналогичных предприятий. Одно из них условно можно назвать «эталонным». Во втором варианте оценки эффективности использования экономического потенциала мы признаем возможность сравнения показателей трех и более предприятий. Но это принципиально не меняет подхода к самой оценке. Просто, увеличивается количество расчетов.

В качестве показателей, с помощью которых оценивается эффективность экономического потенциала по двум вариантам, предлагаем ввести систему коэффициентов. Эти коэффициенты в первую очередь связаны с кон-

цепцией эффективного использования экономического потенциала предприятий промышленности. В этой концепции определено три основных группы факторов: факторы организационно-экономического, производственно-технологического и социального характера. В связи с этим вводим три коэффициента:

k_{oe} — коэффициент, характеризующий результативность организационно-экономических факторов;

k_{vt} — коэффициент, характеризующий результативность производственно-технологических факторов;

k_s — коэффициент, характеризующий результативность социальных факторов.

Наряду с вопросом, как рассчитывать эти факторы, каждый из которых отдельно может характеризовать эффективность восстановления экономического потенциала предприятий промышленности существует проблема расчета интегрального показателя эффективности (k_{int}). Мы предлагаем интегрированный показатель эффективности рассчитывать как произведение трех вышеперечисленных показателей. Таким образом:

$$k_{int} = k_{oe} k_{vt} k_s \quad (1)$$

Коэффициент, который характеризует результативность организационно-экономических факторов формирования и эффективного использования экономического потенциала, определяется на основе модели организационно-экономических мероприятий. Согласно этой модели предлагается восемь мероприятий.

Используем обозначения:

$k_{oe1}, k_{oe2}, \dots, k_{oe8}$ — коэффициенты, характеризующие эффективность каждого из восьми организационно-экономических мероприятий, т.е.:

$$k_{oe} = k_{oe1} \cdot k_{oe2} \cdot \dots \cdot k_{oe8} \quad (2)$$

Таким образом, коэффициент, который характеризует результативность организационно-экономических факто-

ров формирования и эффективного использования экономического потенциала, определяется как произведение соответствующих восьми коэффициентов. Каждый коэффициент отдельно рассчитывается как отношение показателей, характеризующих организационно-экономическое мероприятие. Например, k_{oe8} — эффективность организационно-экономического мероприятия «Повышение квалификации кадров», определяется делением количества работников, которые повысили свою квалификацию к количеству работников, повысивших свою квалификацию ранее.

Коэффициент, характеризующий результативность производственно-технологических факторов формирования и эффективного использования экономического потенциала, определяется на основе модели производственно-технологических мероприятий. Согласно этой модели предлагается четыре мероприятия.

Используем обозначения:

$k_{vr1}, k_{vr2}, \dots, k_{vr4}$ — коэффициенты, характеризующие эффективность каждого из четырех производственно-технологических мероприятий, т. е.: $k_{vr} = k_{vr1} \cdot k_{vr2} \cdot \dots \cdot k_{vr4}$ (3).

Таким образом, коэффициент, характеризующий результативность производственно-технологических факторов формирования и эффективного использования экономического потенциала, определяется как произведение соответствующих четырех коэффициентов. Каждый коэффициент отдельно рассчитывается как отношение показателей, характеризующих производственно-технологическое мероприятие.

Коэффициент, характеризующий результативность социальных факторов формирования и эффективного использования экономического потенциала, определяется на основе модели социальных мероприятий. Согласно этой модели предлагается семь мероприятий.

Используем обозначения:

$k_{s1}, k_{s2}, \dots, k_{s7}$ — коэффициенты, характеризующие эффективность каждого из семи социальных мероприятий, т. е.: $k_s = k_{s1} \cdot k_{s2} \cdot \dots \cdot k_{s7}$ (4)

Таким образом, коэффициент, характеризующий результативность социальных факторов формирования и эффективного использования экономического потенциала, определяется как произведение соответствующих семи коэффициентов. Каждый коэффициент отдельно рассчитывается как отношение показателей, характеризующих социальное мероприятие.

Интегрированный показатель эффективности (k_{int}) представляет собой произведение многих отдельных показателей. Если $K_{int} > 1$, то процесс использования экономического потенциала эффективен, если же интегрированный показатель $K_{int} < 1$, то процесс не эффективен.

Однако необходимо сделать одно важное замечание. Нужно правильно трактовать конкретные числовые значения интегрального показателя эффективности использования экономического потенциала [3]. Что имеется в виду? Например, при двух коэффициентах, которые входят в интегрированный показатель и равняются 0,7, интегральный показатель равняется 0,49. С другой стороны, при восьми коэффициентах, которые входят в интегральный показатель, он равняется 256. В первом случае очевидно искусственное уменьшение эффективности использования экономического потенциала, во втором — искусственное увеличение.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод, что избежать искусственного занижения или завышения интегрального показателя эффективности, можно лишь тогда, когда значение коэффициентов, входящих в него, близки к единице, как в меньшую так и в большую сторону.

Необходимо сделать важное замечание. Мы исследовали динамику изменения интегрального показателя эффективности использования экономического потенциала по следующей методике. Значение показателей, которые входят в интегральный показатель в интервале от 0,1 до 2,0 проходило с шагом 0,1. Т. е., 0,1, 0,2, ..., 2,0. В дальнейшем, при определении произведения этих показателей, мы считали, что они принимают одно и то же значение. Очевидно, что диапазоны изменения показателей, которые входят в интегральный, значительно более широкие. Однако, считаем, что принятая методика, дала возможность сформулировать вывод относительно применения интегрального коэффициента эффективности использования экономического потенциала. Более детальное исследование изменения этого коэффициента в зависимости от изменения коэффициентов, входящих в него, требует специального исследования.

Таким образом, можно сделать вывод: эффективность использования эконо-

номического потенциала на базе как организационно-экономических, производственно-технологических так и социальных мероприятий не может быть революционной. Если любой из коэффициентов, характеризующих эти мероприятия принимает значение 150–200 % как в большую, так и в меньшую сторону, то такие данные будут не реальными. Интегральный коэффициент эффективности использования экономического потенциала в таких случаях принимает заниженное или завышенное значение и мало пригоден для оценки эффективности. Считаем, что реальными результатами предприятий являются увеличение тех или других коэффициентов максимум на 20 %. В противном случае увеличение коэффициентов не является следствием эффективного использования экономического потенциала. Для наглядности рассмотрим динамику изменения интегрального показателя эффективности использования экономического потенциала исследуемых предприятий промышленности на рисунке 1–2.

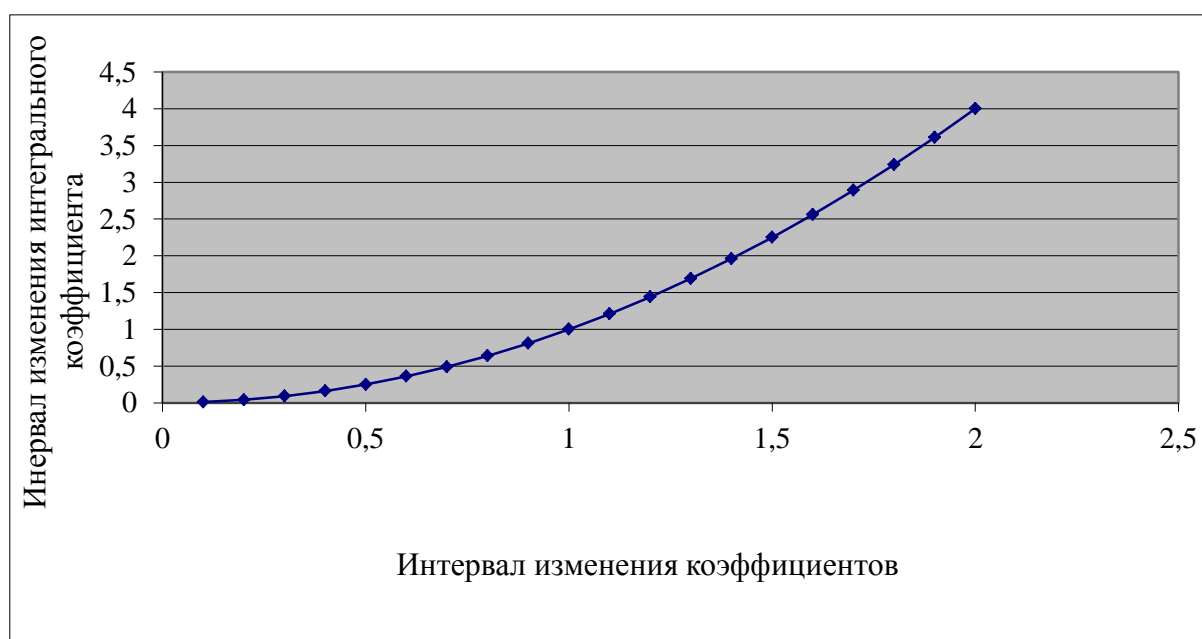


Рисунок 1 — Изменение интегрального коэффициента эффективности при производстве двух коэффициентов

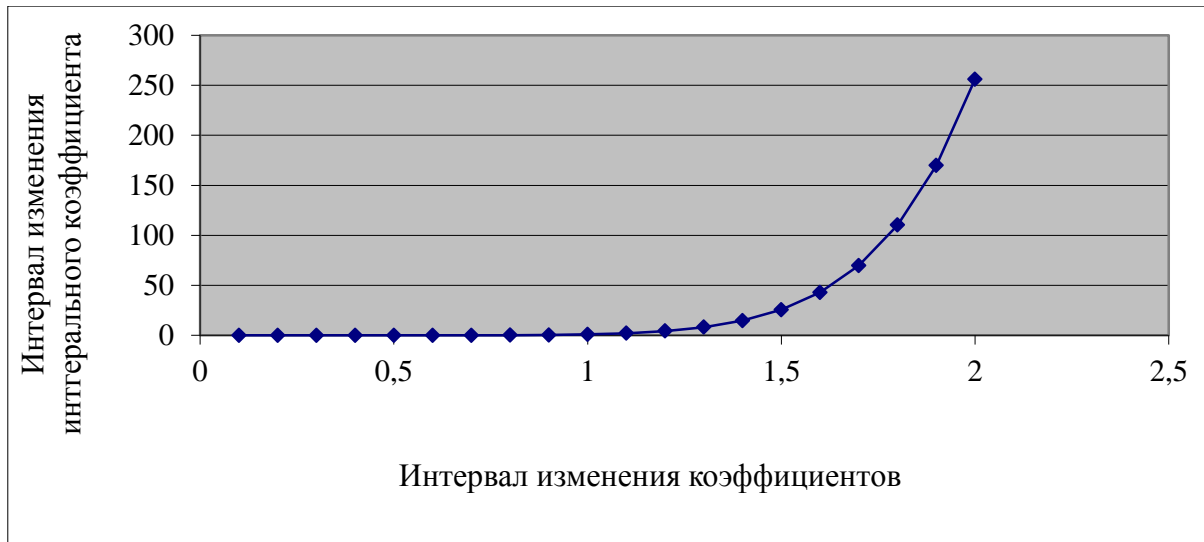


Рисунок 2 — Изменение интегрального коэффициента эффективности при произведении восьми коэффициентов

Выбраны два крайних варианта изменения интегрального показателя эффективности для двух коэффициентов и восьми коэффициентов, входящих в этот показатель.

Итак, была рассмотрена методика расчета интегрального коэффициента эффективности использования экономического потенциала предприятий промышленности, базирующаяся на сравнении показателей самого предприятия.

Необходимо определить, как рассчитывать интегральный показатель эффективности, который базируется на сравнении показателей эффективности двух аналогичных предприятий («эталонное»). Введем дополнительные обозначения.

k_{oe}^p — коэффициент, характеризующий результативность организационно-экономических факторов использования экономического потенциала предприятия, которое сравнивается;

k_{vt}^p — коэффициент, характеризующий результативность производственно-технологических факторов использования экономического потенциала предприятия, которое сравнивается;

k_s^p — коэффициент, характеризующий результативность социальных факторов использования экономическо-

го потенциала предприятия, которое сравнивается;

k_{oe}^e — коэффициент, характеризующий результативность организационно-экономических факторов использования экономического потенциала «эталонного» предприятия;

k_{vt}^e — коэффициент, характеризующий результативность производственно-технологических факторов использования экономического потенциала «эталонного» предприятия;

k_s^e — коэффициент, характеризующий результативность социальных факторов использования экономического потенциала «эталонного» предприятия.

Предлагаем интегральный показатель эффективности использования экономического потенциала (k_{int}) рассчитывать по формуле:

$$k_{int} = \frac{k_{oe}^p k_{vt}^p k_s^p}{k_{oe}^e k_{vt}^e k_s^e}. \quad (5)$$

Рассмотрим три основных варианта, которые могут сложиться, в процессе расчета интегрального показателя эффективности использования экономического потенциала, базирующегося на базе сравнения заданного предприятия с «эталонным».

Первый: числитель расчетной формулы интегрального показателя эффективности использования экономического потенциала больше знаменателя.

Второй: числитель расчетной формулы интегрального показателя эффективности использования экономического потенциала равен знаменателю.

Третий: числитель расчетной формулы интегрального показателя эффективности использования экономического потенциала меньше знаменателя.

В первом варианте интегральный показатель эффективности использования экономического потенциала данного предприятия $k_{int} > 1$. С экономической точки зрения это означает, что использование экономического потенциала данного предприятия эффективнее, чем на предприятии, принятого за «эталонное».

Во втором варианте интегральный показатель эффективности использования экономического потенциала данного предприятия $k_{int} = 1$. С экономической точки зрения это означает, что эффективность использования экономического потенциала данного предприятия равняется эффективности использования экономического потенциала предприятия, принятого за «эталонное».

В третьем варианте интегральный показатель эффективности использования экономического потенциала данного предприятия $k_{int} < 1$. С экономической точки зрения это означает, что использование экономического потенциала данного предприятия менее эффективно, чем на предприятии, принятого за «эталонное».

Предложенная методика определения интегрального показателя эффективности использования экономического потенциала предприятий промышленности по двум вариантам, позволяет избежать субъективной оценки эффективности.

В практике экономической деятельности, часто руководители предприятий, для определения эффективности использования экономического потенциала выбирают тот показатель, который им удобен. Например, увеличение прибыли от реализации продукции. При этом замалчивается, что не выплачивается в должном размере заработная плата работникам, ухудшаются социальные условия работающих, не внедряются новые технологические процессы и т. д.

Предложенная методика дает объективную оценку эффективности использования экономического потенциала и охватывает все сферы деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Менеджмент для магистров : учеб. пособие / под ред. А. А. Епифанова, С. Н. Козьменко. — Сумы : Университетская книга, 2014.
2. Финансовая политика хозяйствующего субъекта : учеб. пособие. Ч. I / С. П. Кюрджиев, Е. П. Пешкова, А. А. Мамбетова. — М. : Перо, 2014.
3. Пешкова, Е. П., Кюрджиев, С. П., Мамбетова, А. А. Интегральная оценка финансового состояния предприятий региона // Экономика региона. — 2016. — Вып. 2. — Т. 12. — С. 370–384.

Bibliographic list

1. Management for masters : textbook / ed. by A. A. Yepifanov, S. N. Kozmenko. — Sumy : University book, 2014.
2. Financial policy of business entity : training allowance. P. I / S. P. Kyurdzhiev, E. P. Peshkova, A. A. Mambetova. — M. : Pero, 2014.
3. Peshkova, E. P., Gurdgiev, S. P., Mambetova, A. A. Integral estimation of financial state of enterprises of region // Economy of region. — 2016. — Vol. 2. — P. 12. — P. 370–384.

Б. Р. Чениб

СЦЕНАРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ СВОБОДНЫХ СРЕДСТВ ЕКС ПО ФИНАНСОВЫМ ИНСТРУМЕНТАМ КАЗНАЧЕЙСТВА РОССИИ

Аннотация

В статье предлагается разработка сценариев прогнозирования распределения средств ЕКС по финансовым инструментам в зависимости от параметров бюджетной стратегии.

Ключевые слова

Единый казначейский счет, управление ликвидностью, банковские депозиты, бюджетные кредиты, сделки РЕПО, бюджетная стратегия, программный бюджет.

B. R. Chenib

SCENARIO MODELING OF STA BALANCES DISTRIBUTION ON FINANCIAL INSTRUMENTS OF TREASURY OF RUSSIA

Annotation

Article proposes the development of scenarios forecasting the distribution of funds for financial instruments depending on parameters of budget strategy.

Keywords

Treasury single account, cash management, bank deposits, budgetary loans, REPO transactions, budget strategy, program budget.

В соответствии с нормами права, под таргетированием остатков денежных средств на едином банковском счете Казначейства России понимается обеспечение ликвидности и управление размером ежедневного сальдо на едином счете путем мониторинга денежных обязательств организаций [1]. Грамотное кассовое планирование и прогнозирование операций обеспечивают максимальную концентрацию свободных средств, вложение которых в финансовые инструменты приносит дополнительный доход.

Планирование эффективной политики управления свободными средствами бюджета включает в себя различные количественные и качественные методы. В исследовании предлагается качественное прогнозирование распределения свободных остатков ЕКС по финансовым инструментам в зависимости от ре-

альных факторов рынка и общей бюджетной стратегии развития государства.

Новизна исследования состоит в применении метода сценарного моделирования в планировании эффективного кэш менеджмента Казначейства России через призму общей государственной финансовой политики. Целью ставится определение пропорций наиболее эффективного использования свободных средств ЕКС в условиях действующей модели бюджетирования, ориентированного на результат.

В ходе исследования проводится сравнительный анализ общих показателей операций, оценка влияния на них определенных рыночных факторов, на основе комбинации которых, составляются прогнозные сценарии использования тех или иных инструментов

Под бюджетной стратегией мы понимаем анализ возможных факторов

и выделение из них целей и задач, рассчитанных на продолжительный курс бюджетной политики государства. В условиях действующей в России стратегии бюджетирования, ориентированного на результат (БОР), в основных направлениях бюджетной политики на 2017 г. и плановый период 2018–2019 гг. выделяются такие установки развития операционной эффективности использования средств, как оптимизация расходования бюджетных средств и развитие бюджетного инвестирования в реальный сектор экономики [2].

В современной казначейской системе используются следующие инструменты регулирования ликвидности ЕКС.

1. Банковские депозиты средств федерального бюджета — посредством размещения части остаточных ресурсов на банковские депозиты и получения дополнительных доходов от процентов начисления по ним, Федеральное казначейство гарантирует защиту свободных средств ЕКС от инфляционного воздействия. Банковские депозиты отличаются простотой реализации и прибыльностью сделок между Казначейством и коммерческими банками. Предусматривает оплату бюджетных обязательств и строгий отбор кредитных организаций, в соответствии с требованиями, установленными Правительством РФ [3].

2. Бюджетные кредиты на пополнение остатков средств на счетах бюджетов — использование свободных бюджетных ресурсов (текущих остатков ЕКС) для покрытия временных кассовых разрывов счетов ППО в УФК, с платой в размере, установленной по закону, процентной ставки [4]. Обеспечивают временную ликвидность счетов региональных и местных уровней, а также минимизацию и упорядочение просроченной задолженности. Доступные бюджетные кредиты позволяют заменить высокопроцентные коммерческие займы и безвозмездные трансфертные выплаты из федерального бюджета на поддержку регионов и муниципалитетов.

3. Покупка (продажа) ценных бумаг по договорам РЕПО — проводится с кредитными организациями, заключившими генеральное соглашение с Федеральным казначейством по принципу обратной продажи Федеральным казначейством ценных бумаг, приобретенных у кредитной организации через определенный срок по заранее оговоренной цене [5]. Основная причина внедрения — использование аналогичного банковским депозитам инструмента с целью диверсификации рисков.

Базовые показатели, характеризующие использование описанных инструментов в российской казначейской системе, представлены в таблице 1.

Таблица 1 — Средние показатели финансовых операций для обеспечения ликвидности ЕКС (рассчитаны по данным [6] на 1 октября 2017 г.)

Название	Текущая ставка, %	Срок	Сумма 1 договора, млрд руб.	Доля в распределении средств ЕКС, %	Частота использования
Банковские депозиты	8,4	Среднесрочные: 7–182 дн.	84	8	4 раза в мес.
Сделки РЕПО	8,5	Сверхсрочные: от 1 до 14 дн.	135	90	Овернайт
Бюджетные кредиты	0,1	Краткосрочные: 50 дн.	5,2	2	19 раз в мес.

Назначение планирования как функции управления состоит в стремлении заблаговременно учесть все внут-

ренние и внешние факторы обеспечивающие благоприятные условия для нормального развития деятельности [7,

с. 347]. На основе свойств и опыта применения инструментов таргетирования остатка ЕКС, в качестве прямых ключевых факторов, оказывающих влияние на тот или иной метод размещения бюджетных средств следует выделить следующие.

1. Объем свободных средств на ЕКС.
2. Стабильность бюджетного процесса.
3. Сальдо годового кассового плана бюджета.
4. Степень развития банковского сектора и безопасности рынка депозитов.

5. Кредитоспособность бюджетов субъектов и муниципальных образований.

6. Потребность региональных и местных бюджетов в дополнительных источниках финансирования.

С учетом показателей таблицы 1, характеризующих свойства финансовых инструментов, представим их поведение и эффективность использования при дифференцированных значениях тех или иных факторов в таблице 2, где «+» — положительное влияние фактора, для использования инструмента; «-» — отрицательное влияние фактора; «0» — нейтральность фактора.

Таблица 2 — Влияние финансовых факторов на использование операций поддержки ликвидности ЕКС

Варианты факторов	Депозиты	Репо	Бюджетный кредит
Крупный объем свободных остатков	+	+	+
Средний объем свободных остатков	+	-	+
Малый объем свободных остатков	+	-	-
Стабильное исполнение бюджетного плана	+	+	+
Отклонение бюджетных показателей от плановых	-	+	+
Положительное сальдо бюджетов	-	+	-
Отрицательное сальдо бюджетов	-	-	+
Качественное развитие банковского сектора	+	+	0
Низкий уровень безопасности банковского рынка	-	-	+
Положительная кредитоспособность бюджетов	0	0	+
Отрицательная кредитоспособность бюджетов	+	+	-
Потребность бюджетов в дополнительных источниках финансирования	-	-	+
Отсутствие необходимости в дополнительных трансфертах	+	+	-

Различные условия и комбинаторные сочетания приведенных обстоятельств финансовой системы обуславливают распределение остатков средств на ЕКС по инструментам казначейства в зависимости от их свойств. На этой основе составим таблицу 3 с тремя возможными сценариями бюджетной политики, построенными на развитии различных секторов экономики: бюджетной (консервативный сценарий), инвестиционной (рыночный сценарий), финансовой (управленческий). Каждому из них будут присущи свои черты и особенности развития,

индивидуальный набор приведенных выше факторов и, как следствие, наиболее эффективная для него политика таргетирования остатками.

Сценарии рассчитаны на условиях комплексной реализации программы «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков» с другими госпрограммами [8]. Главной целью ставится поиск путей приспособления текущей системы таргетирования остатками к формируемой в долгосрочной перспективе бюджетной политике России.

Таблица 3 — Модели сценариев развития бюджетной политики России

Сценарий	Характеристика	Содержание
I вариант Стабильная и консервативная бюджетная политика	Принципы	Стабильность и сбалансированность
	Присущие параметры	– крупный объем свободных остатков; – стабильное исполнение бюджетного плана; – небольшое положительное сальдо; – умеренное развитие банковского сектора; – кредитоспособность регионов; – умеренная потребность в дополнительных источниках финансирования
	Описание	Приоритетной является адаптивная политика государства, направленная на поддержание устойчивой долговой и налоговой ситуации. Стабильное обеспечение принятых обязательств — снабжение источниками доходов, достаточными для покрытия расходов региональных и местных бюджетов.
	Динамика таргетирования	Для умеренного роста и ликвидности бюджета возможно равномерное использование банковских депозитов и бюджетных кредитов на пополнение остатков средств бюджетов с целью обеспечения региональных расходов
II вариант Развитие реального сектора экономики и социальной сферы	Принципы	Экономический рост, инвестиционная поддержка, социальная ориентированность — impact investing
	Присущие параметры	– небольшой объем свободных остатков; – отклонение реальных бюджетных показателей от плановых; – отрицательное сальдо; – стабильный банковский сектор; – слабая кредитоспособность регионов; – высокая потребность в дополнительных источниках финансирования
	Описание	Увеличение долгосрочных бюджетных вложений направленных на социально-экономические нужды страны. Развитие экономики, повышение качества жизни в стране, выполнение социальных обязательств перед гражданами. Результат — увеличение государственных расходов, направленных в реальный сектор экономики, что оказывает влияние на ликвидность казначейских операций ввиду долгосрочного инвестирования средств бюджета.
	Динамика таргетирования	Доля свободных средств бюджета, направляемая в краткосрочные текущие инструменты поддержки ликвидности, заметно сокращается
III вариант Повышение качества государственного финансового менеджмента	Принципы	Доминирование финансового сектора в экономической сфере
	Присущие параметры	– высокие темпы оборачиваемости свободных остатков; – стабильное исполнение бюджетного плана; – положительное сальдо бюджета, качественное развитие банковской системы; – качественная кредитоспособность регионов; – умеренная потребность в дополнительных источниках финансирования
	Описание	В отличие от II сценария, основным фактором эффективности исполнения бюджета здесь является не экономический рост, а качественный финансовый менеджмент. Реализация бюджетной политики ориентирована на повышение эффективности системы управления финансами и государственного и муниципального управления. В условиях снижения налогового потенциала государства, характерно усиленное управление долговыми обязательствами и качественное использование свободных финансов
	Динамика таргетирования	Проводится интенсивная политика управления ликвидностью свободных средств с использованием операций РЕПО, банковских депозитов. Бюджетные кредиты применяются как наиболее ликвидный и дешевый инструмент для долговой политики

Параметры I и III варианта являются положительными для продолжения текущего варианта кэш-менеджмента Казначейства, чего нельзя сказать о свойствах второго сценария. Тем не менее, очевидным преимуществом для качественного бюджетного развития в рамках результативной модели бюджетирования (БОР) является первостепенность организации реального сектора экономики и социальной сферы посредством разработки и запуска механизмов, гарантирующих ориентацию денежных потоков на поддержку производства [9, с. 70].

Эффективным для кэш-менеджмента Казначейства России следует признать действующие пропорции распределения остатков, большая часть которых вкладывается в сверхсрочные сделки РЕПО, и использование третьего сценария бюджетной политики — повышение уровня государственного финансового менеджмента. Однако анализ реальных факторов, комплексно учитывающих общую долгосрочную бюджетную стратегию с таргетированием средств ЕКС, указывает на приоритетность использования более длительных механизмов, поддерживающих не только текущую финансовую ликвидность, но и реальный рыночный сектор по второму предложенному сценарию, ввиду применения модели БОР в современной России.

Примером качественного синтеза инвестиционной политики и ликвидного администрирования средств ЕКС, для поиска новых инструментов, может послужить контрольный механизм казначейского сопровождения бюджетных инвестиций и субсидий [10]. Преимущественным значением механизма является предоставление средств в сумме их фактической потребности, что уменьшает объемы дебиторской задолженности и остатков на счетах [11, с. 14]. Очевидно, что это оказывает свое косвенное влияние на управление ликвидностью ЕКС, ввиду отказа от пере-

числения авансов в коммерческие банки и сохранение денег внутри казначейской платежной системы с возможностью их эффективного вложения в финансовые операции по таргетированию остатка баланса. Эти особенности присущи II варианту сценария бюджетной политики и обеспечивают согласованность операционного использования средств бюджетов общему курсу программной модели, что дает нам основание сделать заключение о необходимости расширения применения свойств данного механизма в управлении государственными финансами России.

Библиографический список

1. Об утверждении Концепции реформирования системы бюджетных платежей на период до 2017 г. : [Приказ Минфина России № 227 от 29.08.2013] [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://home.garant.ru/#/document/70447822/paragraph/70:2>.
2. Основные направления бюджетной политики на 2017 г. и на плановый период 2018 и 2019 гг. [Электронный ресурс] / Министерство финансов Российской Федерации. — Режим доступа : <http://www.council.gov.ru/media/files/bMJxsnBCWlrASjcUgjkHmAbXcXFF9VxС.pdf>.
3. О порядке размещения средств федерального бюджета на банковских депозитах : [Постановление Правительства РФ № 1121 от 24.12.2011] [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://home.garant.ru/#/document/70120026/paragraph/1:13>.
4. Об утверждении Правил предоставления бюджетных кредитов на пополнение остатков средств на счетах бюджетов субъектов Российской Федерации (местных бюджетов) : [Постановление Правительства РФ № 721 от 20.08.2013]. — Режим доступа : <http://home.garant.ru/#/document/70438430/paragraph/1:9>.

5. О порядке осуществления операций по управлению остатками средств на едином счете федерального бюджета в части покупки (продажи) ценных бумаг по договорам репо и открытия счетов для осуществления таких операций : [Постановление Правительства РФ № 777 от 04.09.2013]. — Режим доступа : <http://home.garant.ru/#/document/70447320/paragraph/83:4>.

6. Официальный сайт Казначейства России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.roskazna.ru>.

7. *Свиридов, О. Ю., Лысоченко, А. А.* Финансовый менеджмент кредитно-банковских институтов. — Ростов н/Д : Содействие — XXI век, 2013.

8. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков» : [Постановление Правительства РФ № 320 от 15.04.2014]. — Режим доступа : <http://home.garant.ru/#/document/70644234/paragraph/1:6>.

9. *Игонина, Л. Л.* Стратегические векторы развития финансовой системы России // Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России: поиск модели эффективного социоэкономического развития : сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. — Сочи, 2016. — С. 67–72.

10. О порядке казначейского сопровождения в 2016 г. государственных контрактов, договоров (соглашений), а также контрактов, договоров, соглашений, заключенных в рамках их исполнения : [Постановление Правительства РФ № 70 от 04.02.2016]. — Режим доступа : <http://home.garant.ru/#/document/71322794/paragraph/1:0>.

11. *Артюхин, Р. Е.* Казначейство России: от проверок к управлению рисками // Финансы. — 2017. — № 6. — С. 13–16.

Bibliographic list

1. On approval of Concept of reforming the system of budgetary payments for the period until 2017 : [Order of Ministry of Finance of Russia № 227 from 29.08.2013] [Electronic resource]. — Mode of access : <http://home.garant.ru/#/document/70447822/paragraph/70:2>.

2. Main directions of budgetary policy for 2017 and planning period of 2018 and 2019 [Electronic resource] / Ministry of Finance of Russian Federation. — Mode of access : <http://www.council.gov.ru/media/files/bMJxsnBCWlrASjcUgjkHmAbXcXFf9VxС.pdf>.

3. About the order of placing of means of Federal budget on Bank deposits : [Decree of RF Government № 1121 from 24.12.2011]. — Mode of access : <http://home.garant.ru/#/document/70120026/paragraph/1:13>.

4. On approval of Rules of granting of budget loans to replenish balances on accounts of budgets of subjects of Russian Federation (local budgets) : [RF Government decree № 721 from 20.08.2013]. — Mode of access : <http://home.garant.ru/#/document/70438430/paragraph/1:9>.

5. On the procedure of transactions on management of Fund balances on single account of Federal budget regarding purchase (sale) of securities under repurchase agreements and open accounts for such transactions : [Resolution of Government of Russian Federation № 777 from 04.09.2013]. — Mode of access : <http://home.garant.ru/#/document/70447320/paragraph/83:4>.

6. Official site of Federal Treasury [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.roskazna.ru>.

7. *Sviridov, O. Ju., Lysochenko, A. A.* Financial management credit and banking institutions. — Rostov-on-Don : Assistance — XXI century, 2013.

8. About approval of state program of Russian Federation «Public Finance Management and regulation of financial markets» : [RF Government resolution № 320 from 15.04.2014]. — Mode of access : <http://home.garant.ru/#/document/70644234/paragraph/1:6>.

9. *Igonina, L. L.* Strategic vectors of development of financial system of Russia // Economic and legal aspects of realization of strategy of modernization of Russia: search for models of effective socio-consalting development : materials of in-

ternational scientific-practical conf. — Sochi, 2016. — P. 67–72.

10. On the procedure for Treasury maintenance in 2016, state contracts (agreements) and contracts, agreements, agreements concluded within the framework of their performance : [Decree of Russian Federation Government № 70 from 04.02.2016]. — Mode of access : <http://home.garant.ru/#/document/71322794/paragraph/1:0>.

11. *Artyukhin, E. R.* Treasury of Russia: from audits to risk management // Finance. — 2017. — № 6. — P. 13–16.

НАШИ АВТОРЫ

**Контактная информация авторов журнала
«Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)»
№ 4 (60), ДЕКАБРЬ, 2017**

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

Афанасенко И. Д. — Заслуженный деятель науки РФ, Заслуженный работник высшей школы РФ, д. э. н., профессор кафедры «Общая экономическая теория и история экономической мысли» ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

E-mail: i.d.afanasenko@yandex.ru.

Бондаренко В. А. — д. э. н., доцент, заведующий кафедрой «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail.ru: b14v@yandex.ru.

Борисова В. В. — д. э. н., профессор кафедры «Логистика и управление цепями поставок» ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

E-mail: verabrsv@yandex.ru.

Дубовер Е. А. — младший научный сотрудник ЧОУ ВО «Южный университет (ИУБиП)».

E-mail: Isaeva.90@mail.ru.

Евтодиева Т. Е. — д. э. н., профессор кафедры «Коммерция, сервис и туризм» ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».

E-mail: evtodieva.t@yandex.ru.

Ерохина Т. Б. — д. э. н., профессор кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: tb.erohina@gmail.com.

Иванченко О. В. — к. э. н., доцент кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail.ru: iovkmr@mail.ru.

Комарова С. Н. — к. с. н., доцент кафедры «Антикризисное и корпоративное управление» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: svetlananiko_kom@mail.ru.

Костоглодова Е. Д. — к. э. н., доцент кафедры «Финансы» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: ramachka2006@rambler.ru.

Левчegov Н. И. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Овсянников М. В. — д. м. н., профессор кафедры «Психиатрия» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный медицинский университет».

Прокопец Т. Н. — к. э. н., доцент кафедры «Антикризисное и корпоративное управление» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: hatani@mail.ru.

Рамазанов Р. А.-М. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Саввиди Г. И. — аспирант кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Хапилин С. А. — д. э. н., доцент кафедры «Международная торговля и таможенное дело» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: khapilin@mail.ru.

Шелепова Е. В. — аспирант кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: Elenashelepova1@gmail.com.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Абубакаров К. М. — аспирант ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Даудов М. Х. — старший преподаватель кафедры «Региональная экономика» ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический университет имени академика М. Д. Миллионщикова».

Иванова Е. А. — д. э. н., профессор кафедры «Финансово-экономический инжиниринг» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: Ivanova.Elena-05@yandex.ru.

Клитина Н. А. — соискатель кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Колесников Д. Г. — к. э. н., заместитель директора Института строительства и электроэнергетики по учебно-воспитательной работе Северо-Кавказской государственной гуманитарно-технологической академии (г. Черкесск).

E-mail: salokol@mail.ru.

Овусу-Серебоур А. — аспирант ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: seremay255@yahoo.com.

Сергеева Е. Ю. — к. э. н., Беловский филиал ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

E-mail: sergeevaeu3@gmail.com.

Сетракова Е. В. — аспирант кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: elena.setrakova@rambler.ru.

Тумхаджиев И. А. — соискатель кафедры «Региональная экономика» ФГБОУ ВПО «Грозненский государственный нефтяной технический университет имени академика М. Д. Миллионщикова».

Тяглов С. Г. — д. э. н., профессор кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: tyaglov-sg@rambler.ru.

Чекмарёва Г. И. — д. э. н., доцент, профессор кафедры «Логистика и управление транспортными системами» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения».

E-mail: g.chekmareva@gmail.com

Широких С. В. — аспирант кафедры «Логистика и управление транспортными системами» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения».

E-mail: svetlana_00710@mail.ru.

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Батищева Г. А. — д. э. н., профессор кафедры «Фундаментальная и прикладная математика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Галазова С. С. — д. э. н., профессор кафедры «Экономика и предпринимательство» ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет».

E-mail: bubu1999@mail.ru.

Журавлёва М. И. — к. э. н., доцент кафедры «Фундаментальная и прикладная математика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Кузнецов М. В. — магистрант 1-го курса, направление «Прикладная математика и информатика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Кюрджиев С. П. — д. э. н., доцент, заведующий кафедрой «Экономика, финансы и природопользование» Южно-Российского института управления — филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Мамбетова А. А. — д. э. н., профессор кафедры «Налоги и налогообложение» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: sashusha7@mail.ru.

Миленков А. В. — к. э. н., доцент кафедры «Финансы, кредит и страхование» АНО ВО «Российская академия предпринимательства».

E-mail: milal25@yandex.ru.

Михайленко Р. Г. — к. э. н., доцент, заместитель управляющего директора по финансам и экономике ПАО «Роствертол».

Пешкова Е. П. — д. э. н., профессор кафедры «Экономика, финансы и природопользование» Южно-Российского института управления — филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

E-mail: super.ponchik7@yandex.com.

Пилипенко М. Н. — к. э. н., ассистент филиала кафедры «Бухгалтерский учет» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: m.pilipenko@rostvert.ru.

Трофименко Е. А. — магистрант 1-го курса, направление «Прикладная математика и информатика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Чениб Б. Р. — аспирант кафедры «Мировая экономика и менеджмент» ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет».

E-mail: bella.rus@yandex.ru.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ В ЖУРНАЛ «ВЕСТНИК РГЭУ (РИНХ)»

Согласно решению ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ (ВАК) Минобрнауки РФ № 8/13 от 02.03.2012 «О перечне рецензируемых научных журналов и изданий для опубликования основных научных результатов диссертаций», в журнал принимаются статьи и материалы, соответствующие следующим требованиям.

1. Статьи должны содержать обоснование актуальности, четкую постановку целей и задач исследования, научную аргументацию, обобщение и выводы, представляющие интерес своей новизной, научной и практической значимостью; должны быть рекомендованы кафедрой (отделом) по месту учебы (работы) автора. Все статьи, представленные к печати в журнале «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)», в обязательном порядке проверяются по критериям корректности предоставления научной информации, учитывая правила ее заимствования, рецензируются редакционной коллегией журнала и возвращаются авторам для ознакомления. Статьи предоставляются в формате «*.doc» или «*.docx».

2. Рекомендуется указывать место работы всех авторов и контактную информацию для переписки в Интернете.

3. Требования к оформлению научной статьи:

а) текст статьи должен быть набран шрифтом Times New Roman, кегль — 14, полуторный интервал, отступ первой строки — 0,75. Формат листа А4 (210 × 297 мм). На странице рукописи должно быть не более 30 строк, в каждой строке не более 65 знаков, включая пробелы между словами. Поля рукописи: верхнее, правое, левое — 25 мм и нижнее — 30 мм. Нумерация страниц в правом верхнем углу листа;

б) рисунки должны быть качественными, четкими, все надписи должны хорошо просматриваться (шрифт исключительно Times New Roman), необходимо указать источник или авторство каждого рисунка с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

в) таблицы набираются 12 кеглем через один интервал без выделения колонок (без заливки), необходимо указать источник или авторство каждой таблицы с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

г) редактор формул — MS Word, шрифт — Times New Roman, переменные — курсивом, греческие — прямо, русские — прямо;

д) заглавие статьи печатается строчными буквами. Инициалы и фамилия автора(ов) пишутся над заглавием статьи (для рецензии и информационных материалов в конце статьи). Заглавие отбивается двумя интервалами сверху и снизу (от текста);

е) в тексте статьи следует использовать минимальное количество таблиц и иллюстративного материала. Круглые скобки употребляются только в тексте;

д) ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках, нумерация ссылок сквозная на протяжении статьи, подстрочные примечания помещаются в конце статьи (библиографический список) с точным указанием выходных данных;

е) иностранная литература оформляется по тем же правилам;

ж) статья обязательно должна содержать краткую аннотацию и ключевые слова, библиографический список. Указанные данные, Ф.И.О. авторов и название статьи приводятся на русском и английском языке;

з) общий объем статьи не должен превышать 12 листов в соответствии с указанными требованиями к оформлению.

4. К статье на бумажном носителе прилагается электронная версия, отдельным файлом сведения об авторе (имя, отчество, фамилия, место работы, учебы, должность, контактный телефон, e-mail, домашний адрес). Необходимо направить данные файлы также на электронный адрес — vestnik.rsue@mail.ru.

5. В соответствии с требованиями по включению номеров научного периодического издания «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» или его переводной версии на иностранном языке в системы цитирования Web of Science, Scopus, Web of Knowledge, текст статьи должен быть представлен в двух вариантах: на русском и английском языке.

Рукописи, оформленные без соблюдения приведенных выше правил, не рассматриваются. Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке и отсылать авторам на доработку. Датой поступления статьи, отправленной на доработку (если она была у автора), считается день ее возвращения в редакцию.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ВЕСТНИК
РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
(РИНХ)**



№ 4 (60), ДЕКАБРЬ, 2017

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

**Главный редактор
АЛЬБЕКОВ АДАМ УМАРОВИЧ**

**Заместитель главного редактора
ВОВЧЕНКО НАТАЛЬЯ ГЕННАДЬЕВНА**

**Ответственный секретарь
ПАРХОМЕНКО ТАТЬЯНА ВАЛЕРЬЕВНА**

Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС77-22006 от 14.10.2005
выдано Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства
в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия

Учредитель
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Адрес редакции журнала
344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 337.
Тел. (863) 237-02-75.
E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

Адрес издателя
Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ)
344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 152.
Тел. (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.
E-mail: ipkrinh@gmail.com

**РЕДАКТИРОВАНИЕ, МАКЕТИРОВАНИЕ И ВЕРСТКА ШМЫГЛЯ Э. В.
КОМПЬЮТЕРНЫЙ НАБОР ГУЗЕНКО Н. В.
ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР АКИМОВА Л. И.**

Изд. № 170/3083. Подписано в печать 29.12.2017. Дата выхода 09.01.2018.
Объем 12,3 уч.-изд. л., 22,0 усл. печ. л.
Бумага офсетная. Печать цифровая. Формат 60×84/8. Гарнитура «Times New Roman».
Заказ № 285. Тираж 1000 экз. Цена свободная.

Отпечатано
в ИПК РГЭУ (РИНХ)
344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 152.
Тел. (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.
E-mail: ipkrinh@gmail.com

SCIENTIFIC EDITION

**VESTNIK
OF ROSTOV STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS
(RINH)**

16+

№ 4 (60), DECEMBER, 2017

SCIENTIFICALLY-PRACTICAL JOURNAL

Editor-in-Chief

ALBEKOV ADAM UMAROVICH

Deputy Editor-in-Chief

VOVCHENKO NATALIA GENNADIEVNA

Executive Secretary

PARKHOMENKO TATIANA VALERIEVNA

Certificate on registration

ПИ № ФС77-22006 from 14.10.2005

is granted by Federal service for supervision of legislation in mass communication
and protection of cultural heritage

Founder

Federal state budgetary educational institution of higher education
«Rostov State University of Economics (RINH)»

Address of Editorial Board of Journal

344002, Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69, RSUE (RINH), a. 337.

Tel.: (863) 237-02-75.

E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

Publisher

Publishing and printing complex of RSUE (RINH).

344002, Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69, RSUE (RINH), a. 152.

Tel.: (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com

EDITING, LAYOUT BY SHMYGLYA E. V.

COMPUTER SET BY GUZENKO N. V.

ISSUER EDITOR AKIMOVA L. I.

Ed. № 170/3083. Signed in print 29.12.2017. Date of print 09.01.2018.

Volume of accounting and publishing sheets 12,3, conditionally printed sheets 22,0.

Offset paper. Digital printing. Format 60×84/8. Font «Times New Roman».

Order № 285. Printing 1000 copies. Free price.

Printing by

Publishing and printing complex of RSUE (RINH).

344002, Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69, RSUE (RINH), a. 152

Tel.: (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com