

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»**

СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ

серии «Экономика»

Выпуск 22

ВЕКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

**Донецк
2021**

УДК 082.1:332.1:316.422
ББК Ч25я54 + У050.22-551
Г72

Г72 Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики». Сборник научных работ серии «Экономика». Вып. 22: Векторы инновационного развития территорий. – Донецк: ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021. – 249 с.

В сборнике представлены результаты научных исследований: проанализированы методологические особенности стратегического планирования, рассмотрены теоретические аспекты формирования и развития методов управления основным капиталом фирмы, обоснована необходимость логистического подхода к управлению экономическим потенциалом предприятия, выявлены наиболее эффективные методы и инструменты интернет-маркетинга, представлен механизм управления образовательным пространством.

Сборник предназначен для научных работников, аспирантов, магистрантов, студентов. Представляет интерес для руководителей предприятий, предпринимателей и менеджеров.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации Министерства информации Донецкой Народной Республики серии ААА №000068 от 16.11.2016 г.

В соответствии с решением Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики сборник научных работ серии «Экономика» включен в Перечень рецензируемых научных изданий.

Учредитель:

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

Главный редактор:

Барышникова Л. П. – доктор экономических наук, доцент

Заместитель главного редактора:

Беленцов В. Н. – доктор экономических наук, профессор

Редакционная коллегия:

Беганская И. Ю. – доктор экономических наук, доцент

Гончаров В. Н. – доктор экономических наук, профессор

Губерная Г. К. – доктор экономических наук, профессор

Подгорный В. В. – доктор экономических наук, доцент

Припотень В. Ю. – доктор экономических наук, доцент

Ярембаш А. И. – доктор экономических наук, доцент

Технический секретарь:

Мельникова Т. А. – специалист научного отдела

Адрес редакции: 83015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163а.

Телефон: (062) 304-35-46

Издаётся по решению Учёного совета ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»

СОДЕРЖАНИЕ

Бура А. Д.

Стратегическое планирование как составляющая стратегии развития региона..... 5

Лазаренко Н. В., Жилыева К. А.

Приоритеты и проблемные аспекты управления воспроизводственным процессом основных средств фирмы 19

Гончаров В. Н., Смушак А. Л.

Инновационно-инвестиционное развитие сельского хозяйства ЛНР..... 28

Гончаров В. Н., Чернякова И. С.

Обеспечение ликвидности деятельности предпринимательских структур мясоперерабатывающей отрасли в системе устойчивого развития..... 37

Глухова Е. А.

Инвестиции как условие обеспечения развития экономических систем..... 46

Жадан А. В., Погодина В. В.

Повышение эффективности деятельности предприятий автодорожной отрасли за счет применения инноваций..... 53

Захаров С. В.

Теоретические подходы к формированию методики и инструментов анализа государственной политики транспортной системы..... 62

Лазаренко Н. В.

Конкурентоспособность производственного потенциала: методические особенности оценки с учетом отраслевой специфики 69

Иванова Т. Л., Мирской С. И.

Повышение экономической безопасности и эффективности работы предприятий на основе использования инвестиционного капитала..... 78

Майборода С. И., Ярембаш А. И.

Концепция механизма модернизации таможенного регулирования в ДНР... 91

Василенко Д. В.

Роль регионального рынка труда в современном обществе..... 101

Яркова Н. И., Подгорная М. С.

Теоретические подходы к содержанию управления основными производственными фондами..... 113

Германчук А. Н.

Логистический подход к повышению конкурентоспособности экономического потенциала предприятий..... 123

Барышникова Л. П. Современные тенденции в использовании средств интернет-маркетинга.....	130
Малиненко В. Е., Близкий Р. С. Цифровой аудит управленческих решений в маркетинге.....	143
Петрушевский Ю. Л. Актуальность и принципы формирования концепции социально- этического маркетинга.....	149
Строкина Л. А. Оценка влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей.....	158
Лизогуб Р. П. Вартамян Д. А. Нативная реклама как инновационный рычаг интернет- маркетинга.....	167
Гончаров В. Н., Кривуля О. А. Эффективность использования человеческого капитала и проблемы его формирования.....	175
Кондаурова И. А., Штагер О. А., Жуков Н. А. Производительность труда: теоретические подходы и факторы роста.....	182
Фучеджи А. И. Человеческий капитал как фактор повышения конкурентоспособности предприятий.....	192
Бодряга В. В. Структурное реформирование образовательной системы ДНР.....	204
Барышникова Е. И. Теория и практика управления образовательным пространством.....	212
Манчева И. К. Категория «потребление»: политэкономический анализ в рамках междисциплинарного подхода.....	219
Мызникова М. А. Формирование подхода к классификации стратегических видов неопределенности.....	228
Макарова О. В. Формирование мультиагентной модели взаимодействия хозяйствующих субъектов.....	238

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

БУРА А. Д.
аспирант

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», Донецк, ДНР*

В статье проанализированы методологические особенности стратегического планирования, обоснована его роль в стратегическом развитии региона, предложена методология стратегического планирования и сформирована его модель.

Ключевые слова: стратегическое планирование, стратегия развития, развитие региона, стратегическое управление модель.

STRATEGIC PLANNING AS PART OF THE REGION'S DEVELOPMENT STRATEGY

BURA A. D.
graduate student

*SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR*

The article analyses methodological peculiar features of strategic planning substantiates its role in the strategic development of a region and offers methodology of strategic planning including creation of a model.

Keywords: strategic planning, strategy development, development of a region; strategic management; model.

Постановка задачи. Безусловным приоритетом в деятельности руководства региона выступает устойчивое развитие территории, основным инструментом обеспечения которого является стратегия развития. Принципиальной основой в структурной организации стратегии развития служит стратегическое планирование, на основе которого программируется вся деятельность органов государственной власти.

В настоящее время на постсоветском пространстве теория и практика стратегического планирования на уровне региона не нашли своего должного применения в силу обстоятельств, сложившихся после распада Советского Союза. Последовавшая за этим цепочка событий, обусловленная вмешательством Запада в политическую, экономическую и социальные сферы жизни бывших советских республик, привела к

становлению внешнего управления и нивелированию самой идеи их развития, что нашло своё отображение в снижении эффективности организации жизни на региональном уровне. Как показала дальнейшая практика, отход от идеи устойчивого развития на общегосударственном уровне повлёк за собой деградацию регионов во всех сферах жизни, дестабилизацию политической, экономической и социальной ситуации, рост коррупции и числа экономических преступлений.

Преодолеть разрушительные последствия в регионах можно лишь одним способом – обеспечением устойчивого развития. И стратегическое планирование играет здесь определяющую роль.

Однако развитие методики и практика стратегического планирования на региональном уровне не обеспечивают требуемых результатов. Данное положение обусловлено тем, что инициатором эволюционных процессов на уровне регионов обычно выступает центр, формирующий теоретическую базу желаемых изменений. Регионы же занимаются воплощением идей, сформулированных на уровне центральной власти. Тем самым сложившаяся специализация усиливает позиции центра в части теории, оставляя его на позиции аутсайдера в практической реализации своих идей. Что касается регионов, то здесь ситуация выглядит с точностью до наоборот.

Всё это обуславливает необходимость обеспечения устойчивого развития на региональном уровне силами самого региона, что требует, прежде всего, разработки соответствующей стратегии, краеугольным камнем которой является стратегическое планирование. В данном случае на региональном уровне создаются условия как для осуществления стратегического планирования, так и для реализации сформированного стратегического плана. Формирование модели стратегического планирования, функционирующей в рамках стратегии развития, позволит поддерживать способность к устойчивому развитию и эффективному функционированию региона в условиях нестабильной внешней среды.

Анализ последних исследований и публикаций. Решению проблемы формирования модели стратегического планирования на уровне региона посвящено большое количество научных публикаций, среди которых можно выделить работы исследователей Чмышенко Е.В. [1], Гапоненко А.Л. [2], Рузавиной А.О. [3], Беляновой А.М. [4], Магданова П.В. [5], Гагариной Г.Ю. [6], Бамбаевой Н.Я. [7], Жилкина С.Ф. [8] и др.

В своих исследованиях авторы подходят к стратегическому планированию с традиционных позиций. Стратегическое планирование с точки зрения авторов основано, прежде всего, на предвидении

внешних и внутренних изменений с последующей адаптацией к ним региона. Исходным пунктом стратегического планирования считается анализ интересов, поведения и состояния региона.

Одной из основных особенностей стратегического планирования, по мнению авторов, является неформальный подход к самой процедуре планирования. Это обусловлено тем, что стратегически план сложно упорядочить с точки зрения методических процедур. Здесь многое зависит от опыта, интуиции, творческого подхода участников планового процесса. Отмечается, что в стратегическом планировании особую значимость имеют отношения партнёрства хозяйствующих субъектов региона и логика осуществления планов, отражающих прогрессивный образ будущего региона (объём затрат, отражающий степень согласованности решений хозяйствующих субъектов).

Актуальность исследования. Однако, как показывает практика, стратегическое планирование отличается системностью и наличием в структуре процесса определённых стандартных процедур, применение которых на практике требует не формального, а творческого подхода. Это указывает на то, что традиционному подходу к стратегическому планированию свойственна некая упрощённость и прямолинейность.

Последнее является следствием того, что стратегическое планирование в научной литературе, как правило, рассматривается в отрыве от стратегии развития региона, одним из ключевых элементов которой оно является.

Это не позволяет в должной мере учесть особенности структурной организации модели стратегического планирования, что снижает качество и точность планирования, становится дополнительным препятствием в ходе достижения стратегических целей при реализации стратегического плана.

Всё это обуславливает необходимость проведения исследования, результаты которого позволят обосновать структурную организацию стратегического планирования с учётом его функционального назначения в структуре стратегии развития региона.

Цель данной статьи – обоснование структурной организации модели стратегического планирования региона. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

проанализировать существующие подходы к стратегическому планированию;

обосновать необходимость изменения традиционного подхода к стратегическому планированию;

обосновать структурную организацию стратегического планирования и сформировать соответствующую логическую модель.

Изложение основного материала исследования. Сегодня у большинства стран в арсенале средств обеспечения долгосрочного развития имеется устоявшаяся система стратегического планирования на уровне региона. Каждая из таких систем отличается своеобразием в силу различия в масштабах планирования, реализуемых задач и функций стратегических планов, практикуемыми способами их разработки и воплощения (табл. 1).

Обобщение подходов, представленных в таблице 1, позволило сформировать обобщённое представление об особенностях формирования модели стратегического планирования на уровне региона, имеющей место в мировой практике. Суть его заключается в следующем:

1. Разработка централизованного стратегического прогноза развития экономики страны.

2. Детализация макроэкономических параметров по отраслям экономики страны.

3. Обоснование целей развития, желательных с позиции государства.

4. Механизмы достижения целей план не предполагает.

5. Подобного рода стратегический план-прогноз представляет собой своеобразный ориентир для экономических субъектов. Он выполняет информационно-рекомендательную функцию, предоставляя тем самым свободу реализации для экономических субъектов.

Вместе с тем, следует отметить, что основным недостатком рассмотренных подходов к стратегическому планированию является отсутствие механизмов реализации стратегического плана, что наряду с его рекомендательным характером снижает степень достижения желаемого результата в процессе реализации поставленных целей. Этот весьма значимый недостаток возможно преодолеть только одним способом – включением стратегического планирования в структурную организацию стратегии развития региона [9]. Стратегию развития региона можно представить как структурную организацию стратегической деятельности органов государственной власти, определяющей стратегические приоритеты и принимающей стратегические решения в ходе осуществления стратегического планирования, стратегического управления и стратегических изменений для обоснования стратегических направлений и образа прогрессивного будущего региона с целью нивелирования внешних угроз и формирования стратегической конкурентоспособности территории (рис. 1). Она обеспечивает возможность руководства региона двигаться в одном направлении и служить интересам региона.

Таблица 1 – Логика анализа концептуальных подходов к стратегическому планированию

№ п/п	Страна	Характеристика	Достоинства	Недостатки
1.	Германия	Стратегическое планирование осуществляется региональными плановыми союзами. Вначале определяются цели регионального уровня, на основе которых осуществляется целеполагание на муниципальном уровне.	Имеет место единый общенациональный подход к планированию.	Практика многоступенчатого согласования стратегических целей и задач между разными уровнями управления.
2.	Франция	Стратегическим планированием занимается генеральный Комиссариат по планированию, который формулирует принципы регионального планирования, определяет актуальные проблемы регионов и перспективы их решения. специфика частного сектора в развитии регионов и др.	Планирование носит рекомендательный характер, обеспечивая расширение возможностей экономических субъектов плановых показателей, исходя из собственных приоритетов и ресурсов	На практике эффективность стратегического плана оказывается ниже по сравнению с затратами по его обоснованию и разработке.
3.	Япония	Разработка и контроль реализации региональных программ развития является компетенцией Экономического консультативного совета (разрабатывает направления развития экономики страны с учётом регионов) и Консультативного совета планирования комплексного развития региона при кабинете министров Японии (разрабатывает региональные аспекты развития страны). На основе общей направленности инструментов развития, определяемой правительством страны регионы с учётом собственной специфики составляют собственные планы развития.	Усиление роли местной власти в решении задач стратегического планирования. Планы играют роль ориентиров, в соответствии с которыми экономические субъекты формируют направленность своей деятельности.	Недостаточная степень обязательности выполнения государственного стратегического плана
4.	Китай	Стратегическое планирование носит комплексный характер и охватывает все уровни экономики, включая и регионы. Основные параметры деятельности регионов определяет самостоятельно с учётом общегосударственных приоритетов. При этом любые корректировки стратегического плана региона согласовываются с центральной властью.	Взаимоувязка всех уровней планирования. Комплексный характер государственного стратегического плана, охватывающего все отрасли экономики страны.	Излишняя централизация стратегического планирования.
5.	США	Централизованный план-прогноз является ориентиром развития регионов. Регулирование регионального развития осуществляет Администрация экономического развития. В рамках общегосударственных приоритетов в регионах разрабатываются и реализуются планы и программы. В регионах долгосрочным прогнозированием занимаются специализированные комиссии и центры.	Качество стратегических планов обеспечивается высокой квалификацией специалистов-разработчиков.	Достаточно большой объём затрат на подготовку специалистов по стратегическому планированию.

региона являются стратегические решения, представляющие собой управленческие решения, которые ориентированы на будущее и закладывают основу для принятия оперативных управленческих решений. Стратегические решения преследуют цель – выбор стратегических сфер жизни региона, в рамках которых будет формироваться его устойчивое развитие. К таким сферам следует отнести:

- сферу управления;
- организационную сферу;
- сферу территориального строительства (область деятельности руководства региона, занимающаяся отношениями региона и входящих в него местных территориальных образований, проектированием и организацией работы оптимальных территориальных органов, эффективной реализации их функций для устойчивого развития региона, обеспечением политических и отдельных прав граждан);
- институциональную сферу;
- политическую сферу;
- экономическую сферу;
- социальную сферу.

Стратегические приоритеты выступают в качестве движущей силы стратегии развития региона. Они находят своё воплощение в реальность в процессе осуществления стратегического планирования, управления и связанных с ними стратегических изменений.

Принципиальной основой стратегии развития региона является стратегическое планирование. Стратегическое планирование – это процесс создания и претворения в жизнь планов, действий и мероприятий, связанных в пространстве по исполнителям и во времени по срокам, нацеленным на выполнение стратегических задач.

Цель стратегического планирования – формирование на основе выбранных стратегических приоритетов достаточного экономического потенциала для будущего устойчивого развития региона, отражённого в показателях стратегического плана.

Реализация стратегического плана невозможна без стратегического управления. Стратегическое управление – это деловая концепция руководства региона на заданную перспективу, представленная в виде долгосрочной программы конкретных действий, которые способны реализовать данную концепцию и обеспечить региону конкурентные преимущества в достижении целей. Цель стратегического управления – осуществление выбора и реализации стратегии развития, актуальной для текущей стратегической ситуации и отражающей современное состояние дел в этой области. Результатом стратегического управления являются стратегические изменения.

Стратегические изменения – это постоянный процесс перевода региона на новую ступень развития с использованием специально разработанных стратегий жизнедеятельности регионального сообщества – гуманитарной, рыночной, финансовой, правовой и производственной. Их реализация обеспечивает желаемую направленность будущих изменений и приводит к формированию стратегических направлений.

Стратегические направления – это определённое предложение ценностей развития региона для регионального сообщества, поддерживаемое его ресурсами и компетенциями, а также вышеназванными стратегиями. Реализация стратегических направлений обеспечит достижение стратегического успеха и реализацию стратегических целей во всех сферах жизни региона. Для любого региона такими направлениями являются:

- повышение эффективности управления регионом;
- качественное улучшение организации как процесса формирования устойчивых связей всех процессов, протекающих на территории региона;
- эндогенное территориальное строительство;
- институциональное обеспечение развития региона;
- активизация политической активности населения региона;
- повышение устойчивости экономики региона;
- улучшение условий жизни на территории региона.

Выделение стратегических направлений позволяет количественно (в виде соответствующих конкретных показателей, отражающих уровень развития, достигнутый в рамках того или иного стратегического направления) обозначить контуры прогрессивного образа будущего региона, отражающего фиксирование тенденций, пока ещё недоступных физическому восприятию, но «схваченных» в процессе разработки стратегии развития региона существенных параметров его будущего.

Образ прогрессивного будущего региона передаёт общую тенденцию отношения к нему не через рефлекссию (рассуждения) отдельных сторон будущей жизни регионального сообщества, а через изображение самой идеи прогрессивного будущего.

Образ прогрессивного будущего показывает, какие возможности были у региона в тот или иной период, и соответственно, по отношению к настоящему, позволяют оценить то, какие возможности у него есть.

Образ прогрессивного будущего должен оправдывать социальные ожидания выполнения всех параметров стратегии развития региона. Складываясь воедино, вышеназванные стратегические направления обозначают контуры образа прогрессивного будущего региона. Его характеризует:

положительное изменение роли региона в развитии экономики страны;
смещение приоритетов развития на более высокий уровень;
улучшение экономического и социального положения внутри региона;
успешное достижение целей экономической специализации региона;
успешное достижение стратегических целей развития региона;
улучшение экономических и социальных позиций региона в масштабе страны;
активизация воспроизводства населения региона.

Реализация стратегии развития в предложенном виде обеспечит возможность достижения поставленных стратегических целей, позволит нивелировать внешние угрозы и обеспечить стратегическую конкурентоспособность региона. При этом выполняющее функцию организующего центра стратегии развития региона стратегическое планирование играет принципиальную роль.

Тем самым стратегическое планирование определяет, что регион должен делать в настоящем, чтобы достичь желаемых целей в будущем исходя из того, что окружение и сам регион будут меняться [10]. С точки зрения структурной организации этот процесс можно охарактеризовать следующим образом.

Стратегическое планирование начинается с прогнозирования, которое представляет собой научный способ выявления будущего состояния региона и определение стратегии его развития в условиях неопределённости внешней и внутренней ситуации (рис. 2).

Стратегический прогноз разрабатывается в виде совокупности качественных характеристик региона, количественных (точечных или интервальных) оценок, показателей степени вероятности их достижения. Интервальный прогноз – это «вилка», ширина которой прямо пропорциональна вероятности его исполнения. В самом простом случае стратегический прогноз представляет собой утверждение о возможности или невозможности того или иного события в будущем.

На основе стратегического прогноза формируется стратегическое видение. В основе создания новой реальности для региона лежит замысел. Стратегическое видение позволяет заглянуть в будущее и увидеть перспективу развития.

Стратегическое видение представляет собой понятную концепцию идеального образа региона в будущем. Прежде всего – это внутренний документ, необходимый руководству региона, чтобы снять все сомнения относительно перспектив его развития. Сформулированное стратегическое

видение значительно снижает риск случайных решений и обеспечивает согласованность политики региона с государственной политикой.

Формирование идеального будущего закладывает основу для стратегического целеполагания, без которого невозможно скоординировать отдельные проекты и программы развития региона, правильно сконцентрировать и распределить ресурсы на главных направлениях. В процессе стратегического целеполагания определяются стратегические цели – конечное состояние, желаемый результат, которого стремится достичь регион в будущем, обычно выраженный количественными или качественными показателями его деятельности.

Стратегическое целеполагание выступает в качестве принципиальной основы в модели стратегического планирования, включающей в себя следующие принципы:

- целенаправленность – выявление и следование единой или приоритетной цели деятельности и развития;

- сквозное планирование – предусматривает единую систему планирования по всем аспектам деятельности с учётом использования общих ресурсов в единой шкале времени;

- скользящее планирование – обеспечивает непрерывность и последовательность составления планов с учётом их возможной корректировки;

- централизация планирования – призванная консолидировать устремления подразделений и субъектов, имеющих в общем случае различные цели своей деятельности для достижения общей цели (цели высшего уровня);

- непрерывность планирования – предполагает, что деятельность рассматривается как управляемый процесс с множеством обратных связей и возможным оперативного перераспределения ресурсов;

- сбалансированность планов – обеспечивает возможность корректировки отношения между различными направлениями как по срокам, так и по используемым ресурсам;

- информационное и методическое единство – определяет единую систему информационного обеспечения планирования на всех уровнях, стандартизацию накопления, хранения, обмена и использования информации.

Для достижения поставленных стратегических целей необходимо обеспечить выполнение совокупности определённых проектных действий, т.е. выполнить стратегическое проектирование. Стратегическое проектирование представляет собой функциональную основу модели стратегического планирования, включающую в свой состав следующие функции:

1. Определение направлений деятельности региона. Позволяет лучше понимать структуру маркетинговых исследований, процессы изучения потребителей продукции промышленности региона, планирования промышленной продукции, содействие её продвижению и сбыту, а также планирование цен на социально значимую продукцию.

2. Координация усилий. Обеспечивает каждому муниципальному образованию чёткие цели, которые увязываются с общими целями региона.

3. Определение альтернативных действий. Определяет комбинации действий, которые может предпринять руководство региона.

4. Распределение ресурсов. Способствует оптимизации расходов имеющихся в распоряжении региона ресурсов.

Выполнение данных функций в процессе стратегического проектирования создаёт организационные предпосылки для формирования стратегического плана. В нём отображается последовательность определённых шагов и действий, интегрированных в пространстве и времени, которые приводят к изменению текущего положения в сторону желаемого состояния дел.

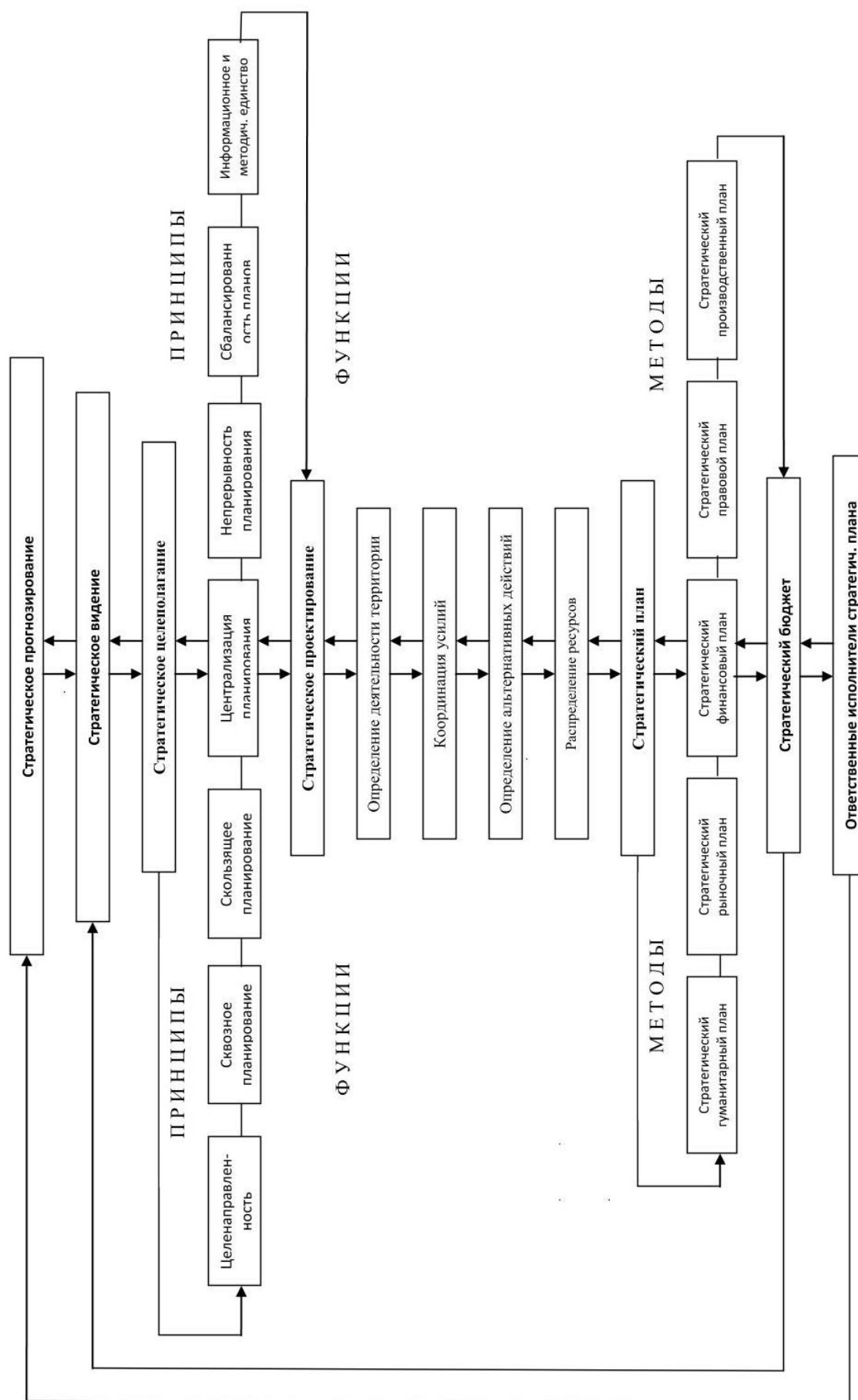


Рис. 2. Логическая схема структурной организации стратегического планирования развития региона

Стратегический план представляет собой управленческую конструкцию, используемую в процессе стратегического управления на стадии реализации принятой стратегии региона.

Он включает в себя перечень стратегических целей, которые сгруппированы в соответствующие планы в рамках пяти основных комплексных планов по принципу декомпозиции:

1. Комплексный гуманитарный план – направлен на формирование высокого уровня общественного сознания. Он предполагает наличие локальных стратегических планов, определяющих развитие с определёнными целями в области:

духовности – формирование личности человека;

культуры и искусства – формирование ролевых установок в общественном сознании;

науки и техники – практическое использование законов, определяющих жизнедеятельность регионального сообщества;

средств массовой информации – передача объективной информации потребителям;

образования – формирование самодостаточности личности и адекватного мировоззрения.

2. Комплексный рыночный план направлен на обеспечение баланса совокупного спроса и предложения. Он предполагает наличие локальных стратегических планов, определяющих развитие с определёнными целями в области:

ресурсопользования – обеспечение рационального использования природных ресурсов;

отношений собственности – формирование оптимальной структуры собственности;

конкурентных отношений – формирование атмосферы состязательности между хозяйствующими субъектами;

рыночной инфраструктуры – обеспечение эффективного функционирования регионального рынка;

структуры экономики – оптимизация взаимосвязей между различными единицами экономики региона.

3. Комплексный финансовый план направлен на оптимизацию финансовых потоков в экономике. Он предполагает наличие локальных стратегических планов, определяющих развитие с определёнными целями в области:

социальной защиты населения – социальное обеспечение и защита населения региона;

денежно-кредитных отношений – кредитование физических и юридических лиц;

противодействия инфляции – обеспечение и поддержание минимального уровня инфляции в экономике;

налогообложения – формирование социально справедливого перераспределения доходов в регионе;

природоохранной деятельности – формирование экологически безопасной среды жизнедеятельности общества.

4. Комплексный правовой план направлен на правовую регламентацию жизнедеятельности регионального сообщества. Он предполагает наличие локальных стратегических планов, определяющих развитие с определёнными целями в области:

конституционного права – формирование баланса между свободой народа и властью государства;

административного права – формирование баланса между личной самостоятельностью граждан и правящей властью;

трудового права – формирование баланса интересов сторон трудовых соглашений;

финансового права – формирование баланса взаимоотношений государства и общества в процессе финансовой деятельности;

хозяйственного права – формирование баланса между тенденциями развития общества и системой рыночных отношений.

5. Комплексный производственный план направлен на всестороннее развитие факторов промышленного производства. Он предполагает наличие локальных стратегических планов, определяющих развитие с определёнными целями в области:

землепользования – оптимальное распоряжение землёй с целью её рационального использования и извлечения дохода;

использования трудовых ресурсов – использование трудовых ресурсов в промышленности;

инвестиционной сферы – рост инвестиционной привлекательности промышленности;

инновационной сферы – рост инновационной активности в экономике;

предпринимательства – максимально полное удовлетворение рыночных потребностей.

Стратегический план является основой для планирования на всех уровнях экономики региона, обозначая тем самым приоритетные направления развития для всех хозяйствующих субъектов.

После разработки стратегического плана определяются затраты на его реализацию, формируется стратегический бюджет и определяются ответственные исполнители по всем направлениям стратегического плана.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок по данной проблеме. Таким образом, модель стратегического планирования в предложенном виде, являющаяся неотъемлемой составной частью стратегии развития региона, содействует не только оптимизации задач развития, но и их эффективной реализации посредством стратегического управления, выступающим в структуре стратегии развития региона в качестве способа реализации стратегического плана.

Перспективным направлением дальнейших исследований является разработка модели управления развитием региона, одними из ключевых элементов которой являются стратегия развития региона и стратегическое планирование.

Список использованных источников

1. Чмышенко Е.В. Стратегическое планирование как фактор регионального развития / Е.В. Чмышенко // Вестник ОГУ. – 2010. – №1 (107). – С. 77-82.
2. Гапоненко А.Л. Стратегическое планирование социально-экономического развития регионов и городов /А.Л. Гапоненко //Управленческие науки. – 2012. – №2. – С. 85-90.
3. Рузавина А.О. Стратегическое планирование развития региона. Понятие и сущность стратегического планирования / А.О. Рузавина //Ростовский научный журнал. – 2017. - №11. – С. 229-234.
4. Белянова А.М. Стратегическое планирование в условиях современной экономики России / А.М. Белянова, В.А. Бирюков, В.Н. Черковец // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2016. – №3. – С. 141-158.
5. Магданов П.В. Проблемы стратегического планирования социально-экономического развития региона / П.В. Магданов // Стратегии бизнеса. – 2014. - №2. – С. 108-114.
6. Гагарина Г.Ю. Роль анализа устойчивого развития регионов России в стратегическом планировании / Г.Ю. Гагарина, Л.Н. Чайникова, Л.С. Архипова // Федерализм. – 2019. – №4. – С. 5-11.
7. Бамбаева Н.Я. Методика разработки и реализации стратегического плана социально-экономического развития территории / Н.Я. Бамбаева, А.С. Борзова // Региональная экономика: теория и практика. – 2006. – №7(34). – С. 20-24.
8. Жилкин С.Ф. Стратегирование в региональном развитии / С.Ф. Жилкин // Вестник СамГУ. – 2006. – №8(48). – С. 84-98.

9. Подгорный В.В. Особенности формирования стратегии развития страны в условиях глобализации / В.В. Подгорный // сб. науч. трудов ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики». – Донецк, 2018. – вып. 9 «Экономика и управление народным хозяйством», серия „Государственное управление”. – С. 79-94.

10. Подгорный В.В. Методология формирования стратегии агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики / В.В. Подгорный // материалы конференции «Агропромышленная политика Донецкой Народной Республики: реалии и перспективы», г. Донецк, ДонНУЭТ, 26 марта 2019 года: тез. докл. – Донецк, 2019. – С. 125-127.

УДК 330:662.33

DOI 10.5281/zenodo.5116117

ПРИОРИТЕТЫ И ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ПРОЦЕССОМ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ФИРМЫ

ЛАЗАРЕНКО Н.В.

канд. экон. наук, доцент

ЖИЛЯЕВА К.А.

магистрант

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

В статье рассмотрены теоретические аспекты формирования и развития политики управления основным капиталом фирмы. С учетом этого, обобщены методологические подходы к управлению воспроизводственным процессом основных средств в контексте совершенствования инвестиционной деятельности организаций в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: *основные средства; механизм управления; эффективность; экономический потенциал.*

PRIORITIES AND PROBLEMATIC ASPECTS OF THE MANAGEMENT OF THE FIRM'S ASSET REPRODUCTION

LAZARENKO N.V.

candidate of economic sciences, associate professor

JILYAEVA K.A.

master's degree

*SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR*

The article deals with the theoretical aspects of the formation and development of the policy of managing the fixed capital of the company. With this in mind, methodological approaches to the management of the reproduction process of fixed assets in the context of improving the investment activities of organizations in modern economic conditions have been generalized.

Keywords: *fixed assets; management mechanism; efficiency; economic potential.*

Постановка проблемы. В современных условиях цифровизации экономики и развития информационно-коммуникационных технологий для обеспечения инновационного воспроизводства первостепенное значение приобретают научные подходы, которые базируются на формировании и развитии механизма управления с учетом состояния и перспектив повышения эффективности использования важнейшего фактора производства – основного капитала (основных средств) фирмы.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы формирования сбалансированной политики управления основным капиталом субъектов хозяйствования рассматриваются в научных работах таких ученых, как И.А. Бланк, Н.И. Лазаренко, С.В. Голованов и др. [1-7]. Вместе с тем, обоснование концептуальных и методических основ управления воспроизводственным процессом основных средств организаций требует дальнейшего исследования.

Актуальность. Изучение приоритетов и проблемных аспектов формирования и развития политики управления основным капиталом фирмы носит актуальный характер, поскольку отражает один из наиболее важных ориентиров функционирования экономики и повышения эффективности деятельности фирмы.

Цель статьи – рассмотреть содержание и виды политики управления основным капиталом, особенности формирования механизма инновационного воспроизводства и, на этой основе, обобщить методологические вопросы управления основными

средствами фирмы в направлении обеспечения устойчивого экономического развития субъектов хозяйствования.

Изложение основного материала исследования. На долю основного капитала (основных средств) фирмы приходится наибольший удельный вес в структуре необоротных активов – составной части материально-технической базы производства [1].

Сформированные в начале хозяйственной деятельности фирмы необоротные активы требуют постоянного управления ими с целью обеспечения своевременного обновления и повышения эффективности их использования в процессе производства. С учетом этой цели формируется политика управления основным капиталом фирмы, которая представляет собой часть общей стратегии развития фирмы. Оптимальное управление основными средствами фирмы связано с финансовым обеспечением своевременного их обновления, а также достижением высокой эффективности использования. К основным задачам управления основным капиталом фирмы относятся:

- определение возможных форм обновления основных производственных фондов,
- обоснование потребности в наращивании основных средств для расширения объемов производства,
- выбор возможных способов расширения объемов производства (новое строительство, реконструкция, техническое переоснащение и т.п.),
- формирование необходимых финансовых ресурсов для воспроизводства основных средств и оптимизации их структуры.

При помощи системы показателей оценки эффективности использования основных средств можно отслеживать и контролировать эффективность производственно-хозяйственной деятельности, оперативно и своевременно принимать управленческие решения, направленные на ликвидацию недостатков в работе, использование внутренних и внешних резервов для повышения конкурентоспособности продукции, достижение стабильности функционирования и устойчивости экономического состояния субъекта хозяйствования [2].

Эффективное управление производственно-хозяйственной деятельностью фирмы предусматривает осуществление постоянного контроля за соотношением темпов изменения показателей, характеризующих использование экономических ресурсов, что позволяет объективно оценить стабильность функционирования и устойчивость финансово-экономического состояния. Для этого необходимо осуществлять ежемесячный контроль за соблюдением следующих соотношений:

$$\Delta \text{Пвал}, \% > \Delta \text{ВР}, \% > \Delta \text{А}, \% > 100, \%,$$

где $\Delta \text{Пвал}, \%$ – темп изменения валовой прибыли (целевого дохода);

$\Delta \text{ВР}, \%$ – темп изменения выручки от реализации (объема продаж) продукции (работ, услуг) фирмы;

$\Delta \text{А}, \%$ – темп изменения валюты баланса (актива).

Приведенное соотношение, которое в мировой практике получило название «золотое правило экономики», означает, что:

- прибыль (целевой доход) фирмы возрастает более высокими темпами, чем выручка от реализации (объем продаж) продукции (работ, услуг), что свидетельствует о снижении себестоимости;

- выручка от реализации (объем продаж) продукции (работ, услуг) увеличивается быстрее, чем активы фирмы, что доказывает эффективное использование экономических ресурсов;

- величина активов (экономический потенциал) фирмы возрастает по сравнению с предшествующим периодом.

Увеличение активов (экономического потенциала) возможно за счет привлечения капитала в экономику фирмы, включая реализацию инновационно-инвестиционных проектов, связанных с капитальным строительством, модернизацией, реконструкцией и др. видами обновления (реновационных программ) объектов основных средств в целом.

Фирма формирует собственную инновационно-инвестиционную политику, ориентируясь на государственную стратегию развития экономики, которая определяет приоритетные направления развития научно-технического прогресса (НТП), обеспечивает их поддержку с учетом ресурсных возможностей и потребностей рынка. Потенциальные возможности развития технико-технологической базы фирмы через внедрение новейших технологий определяются, с одной стороны, достигнутым уровнем НТП, а с другой – степенью устойчивости развития экономики на макро- и микроуровнях.

Ключевыми факторами развития НТП являются инвестиционная и инновационная деятельность субъектов хозяйствования, в результате чего создается специфический товар – нововведение (инновация) [3].

К основным прогрессивным направлениям развития НТП можно отнести такие, как:

- комплексная механизация и автоматизация производства на основе внедрения инноваций,

- повышение технического уровня производственных процессов.

Экономический эффект от внедрения достижений НТП на уровне фирмы отражает экономический результат – целевой доход (прибыль) за

счет внедрения НТП в промышленное производство на основе реализации инвестиционной политики. Инвестиционная политика фирмы является составной частью экономической политики, проводимой организацией, в виде установления структуры и масштабов инвестиций, направлений их использования, источников получения с учетом необходимости обновления (модернизации) основных средств и повышения их технико-технологического уровня.

Управление воспроизводственным процессом основных средств является частью стратегии экономического развития фирмы, что предусматривает следующие этапы:

- анализ в текущем периоде (по темпам роста, обновления, степени износа, показателям эффективности, по структуре и т.п.);
- оптимизация объема и состава основных средств, исходя из целей развития деятельности фирмы;
- выбор источников финансирования процесса воспроизводства основных средств фирмы;
- обеспечение своевременного обновления основных средств фирмы (разработка амортизационной политики в соответствии с интенсивностью обновления; выбор наиболее эффективных форм обновления – полное или частичное; определение стоимости обновления по группам основных средств и др.);
- разработка мероприятий по повышению эффективности использования основных средств (важный этап в политике управления основным капиталом фирмы, так как повышение отдачи уже накопленного технического потенциала дает возможность экономить собственные финансовые ресурсы).

С учетом вышеизложенного, инвестиционная политика фирмы предусматривает разработку и практическую реализацию совокупности мероприятий, связанных с совершенствованием управления и организации хозяйственной деятельности, нацеленных на формирование оптимальной структуры и объемов основных средств фирмы.

Свою трактовку инвестиционной политики дает И.А. Бланк: «Инвестиционная политика – это часть общей финансовой стратегии предприятия, раскрывающая выбор и реализацию наиболее эффективных форм реальных и финансовых его инвестиций с целью обеспечения высоких темпов его развития и расширения экономического потенциала хозяйственной деятельности» [4]. Для реализации инвестиционной политики фирмы на практике разрабатывается инвестиционная программа, которая представляет собой совокупность реальных инвестиционных проектов, объединенных по отраслевым, ресурсным и др. признакам. Система формирования

инвестиционной политики фирмы в контексте стратегии развития и интенсификации производства представляет собой единый объект управления, что можно проиллюстрировать в виде схемы, представленной на рис. 1.



Рис. 1. Система формирования инвестиционной политики фирмы в контексте стратегии развития и интенсификации производства

Характер и уровень инвестиционной политики организации в большой степени зависят от особенностей инвестиционной политики государства, а на ее формирование оказывают влияние факторы, сдерживающие или стимулирующие инвестиционную активность отечественной экономики [5].

Система управления воспроизводственным процессом основного капитала фирмы, как и любая другая экономическая система, обладает следующими свойствами:

- сложность (экономический потенциал включает в себя комплексные компоненты, которые в свою очередь можно разделить на мелкие составные элементы);
- структурность (экономическому потенциалу присуще определенное иерархическое построение, которое отражает содержание и соотношение его составных элементов);
- динамичность (экономический потенциал формируется и развивается в условиях нестабильной среды);
- адаптивность (экономический потенциал должен быстро реагировать на изменения внешней и внутренней среды хозяйствования);
- пропорциональность (все элементы экономического потенциала формируются в условиях согласованности их количества);
- временная ограниченность (возможность учета всех факторов влияния на его величину в краткосрочном периоде).

Инновационное развитие системы управления воспроизводственным процессом основного капитала фирмы требует соответствующих ресурсов для его реализации: финансовых, кадровых, временных и др.

Предметом изменений в процессе реализации инновационных мероприятий с целью обеспечения высоких темпов развития и расширения экономического потенциала хозяйственной деятельности фирмы могут быть:

- содержание и формы деятельности (изменение ассортиментной и ценовой политики, производство новых видов товаров и услуг и т.п.);
- средства деятельности (переход на новые технологии производства и др.);
- методы (способы) и виды хозяйственной деятельности и т.д.

Важно учитывать, что обеспечение устойчивого экономического развития и расширение экономического потенциала хозяйственной деятельности организаций в современных условиях под влиянием внешних и внутренних факторов представляет собой комплексный, скоординированный процесс оценки, управления и планирования

мероприятий по осуществлению прогрессивных изменений, способствующих совершенствованию бизнес-процессов.

При этом под внутренней устойчивостью субъекта хозяйствования понимается такое общее его состояние, при котором обеспечивается стабильно высокий результат его функционирования как в краткосрочном периоде, так и в долгосрочной перспективе [6].

В основу достижения внутренней устойчивости организации заложен принцип активного реагирования на изменение совокупности следующих групп факторов, включая:

- производственные (уровень механизации и автоматизации технологических процессов, научной организации производства и труда и т.п.);
- социально-экономические (творческая инициатива, новаторство и изобретательность, стимулирование и мотивация работников и т.д.);
- экологические (экологическая безопасность производства продукции, экологическая чистота выпускаемой продукции и др.);
- финансовые (абсолютная величина и структура операционных затрат, рентабельность производства, состояние имущества и финансовых ресурсов и др.).

Стабильность внешних факторов экономической среды, в рамках которой осуществляется деятельность субъекта хозяйствования, обеспечивает его внешнюю устойчивость. Она достигается соответствующей системой управления рыночной экономикой в масштабах всей страны и обеспечивается за счет взаимодействия экономических, политических, социальных, демографических и технологических факторов [7].

Механизм обеспечения устойчивого экономического развития и расширения экономического потенциала хозяйственной деятельности фирм включает совокупность организаций, институтов, форм и методов согласования интересов на разных иерархических уровнях функционирования экономической системы, а также обеспечение сбалансированного и пропорционального развития подсистем в рамках устойчивого развития и сохранения ее целостности.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок по данной проблеме. Таким образом, дальнейшее развитие системы управления воспроизводством основного капитала фирмы связано с формированием организационно-экономического механизма, обеспечивающего реализацию управленческих решений, направленных на достижение целей устойчивого функционирования фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Для фирмы важно сформировать такие организационные границы своей бизнес-среды,

которые позволили бы эффективно использовать широкий арсенал инвестиционных ресурсов на основе современных технологий управления.

Список использованных источников

1. Основные фонды, их состав, структура и показатели использования на предприятии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lektsii.com/2-15736.html>.
2. Князева Е.В. Эффективность деятельности предприятия и факторы, влияющие на нее / Е.В. Князева, Е.В. Шаповал // Вестник ГУУ. – 2018. – № 2. – С. 112-114.
3. Лазаренко Н.И. Факторы и этапы инвестиционной политики компании / Н.И. Лазаренко, С.В. Голованов // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2015. – № 1 (5). – С. 33-37.
4. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. – 4-е изд. – М.: Омега-Л, 2012. – Т.1. – 656 с.
5. Инвестиционная политика: содержание и виды. Учебные материалы по микро и макроэкономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://market-pages.ru/realnieinvest/18.html>.
6. Григорьева Ю.А. К вопросу о механизмах устойчивого развития субъектов экономики / Ю.А. Григорьева // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – №55/2. – С.105-107.
7. Козлова Е.П. Основные направления в вопросах оценки устойчивого развития промышленных предприятий / Е.П. Козлова, М.А. Шеманаева, К.Д. Костомарова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11-1(76-1). – С.286-288.

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ЛНР

ГОНЧАРОВ В. Н.

доктор экономических наук, профессор

СМУШАК А. Л.

аспирант

*ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет»
Луганск, ЛНР*

Необходимость модернизации производственных мощностей, повышения их технико-эксплуатационных характеристик обусловлена значительным износом основных фондов. Расширение возможностей для получения качественных товаров и услуг, определяется эффективностью инновационных и инвестиционных процессов, внедрение новых инновационных технологий, предсказуемость конечных результатов реализации инновационных проектов и программ.

Ключевые слова: *инновация, инвестиция, инвестиционно-инновационное развитие, инновационный процесс, механизм инновационного развития.*

INNOVATION AND INVESTMENT DEVELOPMENT OF LNR AGRICULTURE

GONCHAROV V. N.

doctor of economics, professor

SMUSHAK A. L.

graduate student

SEE HE «Luhansk National Agricultural University», Luhansk, LPR

The need to modernize production facilities and improve their technical and operational characteristics is due to the significant wear and tear of fixed assets. The expansion of opportunities for obtaining high-quality goods and services is determined by the effectiveness of innovation and investment processes, the introduction of new innovative technologies, and the predictability of the final results of the implementation of innovative projects and programs.

Keywords: *innovation, investment, investment and innovative development, innovation process, mechanism of innovative development.*

Актуальность. Экономический рост ЛНР связан с решением задач инновационного восстановления и развития базовых отраслей

промышленности, их структурной перестройки, внедрения новых экономических отношений между субъектами рынка. Следует отметить, что экономическое развитие ЛНР является результатом восстановления старой технической базы и свободной загрузки производственных мощностей.

Как только потенциал такого рода будет исчерпан, экономика республики столкнется с угрозой очередного экономического кризиса. В этой ситуации только инновации могут привести экономику к стабильному развитию. Именно поэтому высокие результаты предприятий могут быть только достигнуты путем систематических и целенаправленных инновационных процессов, направленных на поиск возможностей, открывающих благоприятную среду для производства и внедрения новых видов товаров, освоения новых рынков сбыта продукции и форм организации производства.

Основной текст статьи. В условиях рыночной экономики большинству сельскохозяйственных предприятий требуются инвестиции для обновления основных фондов и расширения их объемов, внедрения инновационных технологий, приобретения новых сортов растений и пород животных, а также других капиталоемких инновационных и инвестиционных проектов. Поэтому возникает вопрос о поиске новых форм и методов активизации организационно-экономического механизма развития инновационной и инвестиционной деятельности.

Термин "инновация" происходит от латинского 'innovare', что означает изменение или обновление. Инновация - это результат систематической деятельности, направленной на реализацию достижений и усовершенствований научно-технического прогресса, способствующий количественным и качественным изменениям внутренней среды предприятия, обеспечивающий повышение эффективности и приобретение конкурентных преимуществ.

Инновация - это внедрение чего-то нового в технику, технологию, организацию труда или управление. Она основана на использовании науки и передового опыта. Это конечный результат инновационной деятельности.

Й. Шумпетер рассматривал инновации как конститутивный существенный элемент и необходимое условие экономического развития, проявляющееся в определенных сочетаниях изменений с целью внедрения и использования новых потребительских товаров, новых средств производства, транспортных средств, рынков и форм организации производства в промышленности [1, с. 176].

И. В. Сафронов трактует понятие "инновация" по - своему. Он говорит: что это проявление современных достижений в области

научно-технического прогресса, особого рода знания, которые были реализованы в виде нового или усовершенствованного продукта, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности и имеющие набор функций, которые направлены на удовлетворения существующих потребностей в соответствующих сегментах рынка с определенным экономическим эффектом [2, с. 129].

Следует отметить, что термины новация и инновация не тождественны. Новация (лат. novatio - обновление, изменение) это продукт интеллектуальной деятельности человека, результат фундаментальных, прикладных или экспериментальных исследований в любой сфере человеческой деятельности, направленных на повышение эффективности труда. С момента принятия новации до ее внедрения и распространения она приобретает новое качество, то есть становится инновацией. В мировой экономической литературе существует множество определений инноваций. Отечественные ученые рассматривают инновацию как термин внедрения.

Инновация определяется как деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок и вызывающая запуск новых конкурентоспособных продуктов и услуг. Именно поэтому инновационная деятельность присущи такие особенности, как:

- научно-техническая новизна;
- производственное применение;
- реализация на коммерческой основе;
- новейшие или усовершенствованные технологии, внедренные в производство;
- новые организационно-технические решения административного, коммерческого или иного характера, применяемые на практике.

Инновационные процессы требуют содействия в виде финансово-кредитной поддержки, государственных преференций, а также создания специализированной инфраструктуры. Сельскохозяйственное производство сегодня носит экстенсивный характер, и такое состояние развития обусловлено рядом факторов и, прежде всего, апатией государства к состоянию развития сельского хозяйства. В результате можно отметить дефицит финансовых и материально-технических ресурсов в сельскохозяйственных предприятиях, устаревшую базу основных фондов. При этом возникает необходимость увеличения затрат на их ремонт.

В современных условиях активизация инвестиционной деятельности имеет решающее значение в связи с продовольственной блокадой в условиях боевых действий, которая привела к резкому росту цен на продовольствие. Это говорит о необходимости привлечения внутренних и иностранных инвестиций.

Таким образом, инвестиции являются важнейшей частью финансирования расширенного воспроизводства основных фондов, которое может обеспечить экономический рост в долгосрочной перспективе. Инвестиционное применение может вызвать структурные изменения, технологическое перевооружение и модернизацию, внедрение современных высокопроизводительных и ресурсосберегающих технологий, рыночную приоритетность отрасли.

Инвестиционные ресурсы в реальных объемах не обеспечивают расширенного воспроизводства, и большинство отечественных предприятий имеют в качестве основного источника инвестиций собственные средства. Все эти факты привели к тому, что большинство сельскохозяйственных предприятий оказались убыточными. Они используют устаревшее оборудование, и большая часть оборотных средств идет не на модернизацию оборудования, а на текущий и капитальный ремонт.

Следует отметить, что в течение длительного периода инвестиционная активность падала, что было связано с инфляцией и снижением стабильности экономики. Незначительное финансирование отрасли привело к катастрофическому износу оборудования, что значительно снижает эффективность функционирования аграрных предприятий, социальному упадку села, росту безработицы в сельской местности.

Дальнейшее развитие сельского хозяйства будет зависеть от политики республики. Необходимо разработать комплекс мер, направленных на повышение эффективности и стимулирование инвестиционной и инновационной деятельности.

Основными методами такой стимуляции являются:

- снижение налогового давления на отдельные виды сельскохозяйственной продукции;
- увеличение объемов финансовой поддержки сельскохозяйственного производства;
- стимулирование импорта и экспорта (освобождение от экспортной пошлины).

Инновационная модель развития является важным инструментом повышения конкурентоспособности сельского хозяйства республики. Повышение эффективности сельскохозяйственного производства во

многим обусловлено широким внедрением отечественных и зарубежных достижений научно-технического прогресса.

Сельское хозяйство – одна из приоритетных и ключевых отраслей экономики республики. В сложившихся экономических и военно-политических условиях, которые крайне сложны, только сельскохозяйственное производство показало определенную положительную динамику.

Однако дальнейший экономический рост и значительное повышение эффективности производства и инвестиций в сельское хозяйство, возможно только за счет индустриализации предприятий отрасли, перехода на инновационную модель развития, повсеместной модернизации и переоснащения сельскохозяйственного производства.

Основными особенностями формирования и развития инновационного процесса в сельском хозяйстве являются:

1) разнообразие сельскохозяйственной продукции, продуктов переработки, существенная разница в технологическом процессе содержания и кормления животных;

2) разница в сроках производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки;

3) наличие разнообразия видов производства при различных организационно-правовых формах собственности, размерах, специализации, подчиненности, кооперации и др.;

4) высокая зависимость технологий сельскохозяйственного производства от природно-климатических условий, дорожно-транспортных сетей, удаленности от центров снабжения и рынков сбыта продукции и других факторов;

5) различные социальные и образовательные уровни работников сельского хозяйства;

6) отсутствие четкого и научно обоснованного организационно-экономического механизма передачи достижений науки сельскохозяйственным товаропроизводителям, и как следствие, состояние значительного отставания развития инноваций в производстве.

Инновационный процесс, который представляет собой последовательность действий по инициализации инновации, по разработке новых продуктов и операций, по их реализации на рынке и по дальнейшему распространению результатов.

Он включает в себя семь элементов, соединение которых в единую последовательную цепочку образует структуру инновационного процесса [5, 7, 8].

Элементы инновационного процесса: инициализация инновации;

маркетинг инновации; выпуск (производство) инновации; реализация инновации; продвижение инновации; оценка экономической эффективности инновации; диффузия (распространение) инновации.

При внедрении инноваций в практику производственной деятельности необходимо учитывать состояние внешней среды, факторы, способствующие или препятствующие развитию инновационного процесса.

В таблице 1 приведены факторы, оказывающие наибольшее положительное или отрицательное влияние на процесс внедрения инноваций (PEST-анализ).

Таблица 1 – Внешние факторы, влияющие на инновационный процесс (PEST-анализ)

Факторы	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Политико-правовые факторы	Льготы (в т.ч. налоговые), дотации со стороны государства предприятиям, активно внедряющим инновации, государственная поддержка инноваций	Недостаточно развитая законодательная база в области авторского права, ограничения антимонопольного законодательства, нестабильность деятельности правительства, нестабильность в области налогового права, низкие расходы государства на науку и технику. Высокий уровень бюрократизации государства, сложности с получением патентов, лицензий и коммерциализацией инноваций
Экономические факторы	Наличие в экономике резервов необходимых средств (в т.ч. финансовых и материально-технических), возможность получения конкурентных преимуществ предприятиями-новаторами.	Отсутствие средств для финансирования инновационных проектов, отсутствие резервных мощностей, доминирование интересов текущего производства над рискованными инновационными проектами, отсутствие необходимого квалифицированного труда на рынке
Социальные и психологические факторы	Общественное признание, обеспечение возможностей самореализации, моральное поощрение участников трудового процесса (в т.ч. со стороны государства)	Боязнь неопределенности, менталитет административно-плановой экономики, нежелание перемен (изменение статуса сотрудников, изменение устоявшегося способа деятельности), невысокий уровень культуры
Технологические факторы	Наличие прогрессивных технологий, разработок, не имеющих мировых аналогов	Низкий технический уровень в стране в целом, отсутствие необходимой научно-технической и хозяйственной инфраструктуры

При осуществлении инвестиционной и инновационной деятельности в аграрном секторе необходимо придерживаться следующих принципов:

- научный характер – инвестиционно-инновационная деятельность должна осуществляться в соответствии с научно обоснованными организационно-экономическими предпосылками и методическими принципами, а в процессе ее организации и управления должны учитываться объективные закономерности и доминирующие тенденции развития социально-экономических процессов, установленные научными исследованиями;

- динамизм – инвестиционно-инновационная деятельность требует непрерывной и ритмичной деятельности, способной обеспечить динамичный рост предприятия в соответствии с уставными целями, нормативными требованиями и экономическими интересами заинтересованных сторон;

- компромисс, учитывающий и гармонизирующий экономические интересы и нормативные требования различных заинтересованных сторон – собственников, менеджеров, работников, деловых партнеров, предприятий, органов государственной и местной власти и т. д.;

- адаптивность, которая означает необходимость быстрого реагирования на динамические изменения в внешнеэкономической среде и внутренней среде обеспечивающее устойчивость деятельности и экономическое развитие, ресурсное равновесие в производственной и финансовой деятельности предприятия и развитие делового партнерства;

- самоорганизация, обеспечивающая наличие адекватного уровня организационно-экономических ресурсов в целях обеспечения устойчивого функционирования всех элементов предприятия как открытой социально-экономической системы, а также обеспечения ресурсного и информационного обмена с внешней экономической средой в процессе инвестиционной и инновационной деятельности;

- саморегулирование локальных нормативных актов и адекватная организационно-управленческая структура, способная создать необходимые экономические условия для нормального инвестиционно-инновационного процесса, необходимы для того, чтобы своевременно выявлять возникающие негативные отклонения и оперативно корректировать их в соответствии с целями и задачами инвестиционно-инновационного развития и задачами стратегического экономического развития предприятия.

Исходя из вышеизложенного, сформировано концептуальное представление взаимосвязей основных элементов механизма

инновационного развития предприятия в сфере АПК в виде рисунка



Рис. 1. Концептуальное представление взаимосвязей основных элементов механизма инновационного развития предприятия в сфере АПК

В данном случае механизм инновационного развития предприятия АПК представляется как организационно-экономическая форма по обеспечению внедрения новаций в основные бизнес-процессы под влиянием внешнего и внутреннего окружения [6].

Основными проблемами развития агропромышленного комплекса на сегодняшний день являются:

– недостаточный уровень финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в агропромышленном комплексе;

- недостаточное развитие материально-технической базы научно-исследовательских организаций;
- низкая инновационная активность научных учреждений;
- слабая интеграция науки и образования, недостаточно реализован научный потенциал аграрных вузов;
- неразвитость информационно-сервисной сферы научных услуг;
- отток молодых, профессионально подготовленных кадров в другие отрасли деятельности в связи с социальной незащищенностью;
- недостаточность кадрового потенциала в дефицитных и приоритетных областях аграрной науки, в частности, в области распространения научных разработок и знаний [4, с. 49].

Основными направлениями развития инновационной и инвестиционной деятельности в аграрном секторе экономики являются:

- совершенствование механизма управления инновационной деятельностью в аграрном секторе экономики;
- интенсификация инновационной деятельности в аграрном секторе путем предоставления различных льгот, субсидий с использованием зарубежного опыта;
- техническое и технологическое перевооружение сельскохозяйственных предприятий.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование инвестиционного и инновационного подходов к хозяйственной деятельности является одним из перспективных направлений развития сельскохозяйственных предприятий ЛНР в условиях существования необходимости увеличения объемов производства и уровня конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.

Список использованных источников

1. Шумпетер, Дж. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия – [Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. Москва: Эксмо [на русском].

2. Сафронов, И. В. Понятие "инновация" и инновационная деятельность: сущность и содержание //Вопросы современной науки и практики.

3. Галков Л.И., Кулиняк И.Я. (2017). Формирование инновационной экономики: инвестиционные принципы развития образовательного потенциала. [Научные труды Силезского технологического университета. Серия "Организация и управление", 113-121.

4. Федотов А. В. (2005). Теоретические основы функционирования и экономический механизм развития рынка сельскохозяйственной техники. Москва.

5. Кокурин, Д.И. Инновационная деятельность / Д.И. Кокурин. – М.: Экзамен, 2012. – 94 с.

6. Колоколов, В.А. Инновационные механизмы функционирования предпринимательских структур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/press/management/2002-1/08.shtml>. – Дата обращения: 13.06.2020.

7. Кузнецова, С.А. Инновационный менеджмент: учебное пособие /С.А. Кузнецова. – Новосибирск: СО РАН, 2010. – 362 с.

8. Монастырный, Е.А. Ресурсный подход к построению бизнес-процессов и коммерциализации разработок /Е.А. Монастырный, Я.Н. Грик // Инновации. – 2013. – № 7. – С. 85-87.

9. Гончаров, В.Н. Организация выбора рационального инновационного развития предприятий: / В.Н. Гончаров, М.А.Гончаренко, М.Н. Шевченко, И.В. Толоч. – Луганск: Изд-во «Ноулидж», 2016. – 200 с.

10. Гончаров, В.Н. Разработка модели оценки инновационной деятельности предприятий / В.Н. Гончаров, М.А. Гончаренко //Вестник Донского государственного аграрного университета. – Научный журнал. Выпуск №2(16). Часть 2. Экономические и технические науки. – п. Персиановский, 2015. – с. 5-11.

УДК: 330.34; 519.876.2

DOI 10.5281/zenodo.5115542

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ В СИСТЕМЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ГОНЧАРОВ В. Н.

д-р экон. наук, профессор

ЧЕРНЯКОВА И. С.

ассистент

ГОУ ВПО «Луганский государственный аграрный университет»

Луганск, ЛНР

В нестабильных социально-экономических условиях ЛНР определение оптимального баланса экономических, социальных и

экологических задач в системе устойчивого развития предпринимательских структур мясоперерабатывающей отрасли напрямую связано со структурированием имеющихся ресурсов и рационализацией управленческих решений по трансформации данных ресурсов в необходимые для функционирования предприятия производственные активы. Поэтому в статье рассматривается решение вопроса оптимизации структуры капитала с целью балансировки финансовых ресурсов в процессе ведения хозяйственной деятельности в производственно-коммерческом цикле.

Ключевые слова: *устойчивость развития, экономическая устойчивость, мясоперерабатывающей отрасли, оборотные активы, модель, управленческое решение, ликвидность.*

ENSURING THE LIQUIDITY OF THE BUSINESS STRUCTURES OF THE MEAT PROCESSING INDUSTRY IN THE SYSTEM OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

GONCHAROV V.N.

doctor of economics, professor,

CHERNYAKOVA I.S.

assistant

SEE HE «Luhansk National Agricultural University», Luhansk, LPR

In the unstable socio-economic conditions of the LPR, the determination of the optimal balance of economic, social and environmental tasks in the system of sustainable development of entrepreneurial structures in the meat processing industry is directly related to the structuring of available resources and rationalization of management decisions on transforming these resources into production assets necessary for the operation of the enterprise. Therefore, the article discusses the solution to the issue of optimizing the capital structure in order to balance financial resources in the process of doing business in the production and commercial cycle.

Key words: *sustainability of development, economic sustainability, entrepreneurial structures of the meat-processing industry, current assets, model, management decision, liquidity.*

Актуальность темы исследования. Обеспечение устойчивого развития предпринимательских структур мясоперерабатывающей отрасли определяется достижением системы экономических, социальных, экологических целей. Приоритетным направлением является экономическая составляющая, выступающая в роли предпосылок достижения высокого уровня социальных и экологических целей, рассматриваемая с позиций качества развития и предполагающая не только эффективное использование ограниченных ресурсов, но и учет

возможных социально-экологических последствий принимаемых хозяйственных решений. Поэтому, в основе системы обеспечения устойчивого развития предпринимательских структур мясоперерабатывающей отрасли, как экономической системы, лежит процесс целенаправленного и сбалансированного развития предприятия на базе согласованности экономической деятельности элементов структуры системы, эффективного управления стратегическими экономическими ресурсами и использования экономического потенциала развития в условиях воздействия факторов внешней и внутренней среды.

Отметим, что связующим звеном экономической устойчивости и концепции устойчивого развития является эффективное использование ресурсов. При этом финансовое изменение экономических процессов является отражением организационной модели предприятия, а основополагающим фактором, определяющим все важнейшие показатели финансового состояния, является структура капитала предприятия, так как механизм ее формирования и функционирования непосредственно предопределяет успешность развития и эффективность функционирования хозяйствующего субъекта. Поэтому основой разработки стратегии обеспечения устойчивого развития предпринимательских структур мясоперерабатывающей отрасли является определение финансовых задач в сфере оптимизации структуры капитала, как достижение оптимального соотношения использования средств, обеспечивающее максимально эффективную пропорциональность рентабельности собственного капитала и финансовой устойчивости предприятия [1,9].

Изложение материала исследования. Основываясь на том, что выявление связей, определенных как соотношение и зависимость траектории процесса устойчивого развития с внутренними и внешними параметрами, выступающими в виде индикаторов, характеризующих деятельность предприятия, в основу математического моделирования положен структурный анализ изучения структуры и динамики средств предпринимательской структуры и источников их формирования. Данный анализ отображает характер системы генерирования имущества предприятия, при этом является первоначальным этапом в исследовании финансового состояния.

Необходимым условием обеспечения финансовой устойчивости предприятия, является обеспечение ликвидности, как основного индикатора, определяющего уровень текущей платежеспособности. Значимым ориентиром, при формировании эффективных управленческих решений, является проведение сравнительного анализа

фактического значения показателя ликвидности на конец отчетного периода к плановому значению, что обеспечивает возможность установления причин (оценка факторов) возникающих отклонений [2]. Поэтому, дальнейшее исследование предусматривает изучение закономерностей развития процесса или объекта на выделенном ретроспективном интервале путем разработки аналитической трендовой модели с использованием прогнозных (трендовых) элементов. При этом адекватное отображение моделью зависимостей и свойств исследуемого объекта служит основой для транспонирования некоторых выводов по образу действий модели на реальный объект, то есть дает возможность прогнозирования поведения объекта на базе экстраполяции тенденций, отраженных в модели. Агрегированные данные финансовой отчетности ООО «Луганский мясокомбинат», используемые при построении модели и представленные по группам активов и текущих пассивов, отражены в таблице 1.

Таблица 1. – Исходные данные для расчетов, (тыс. руб.)

Период	Год	Пассивы (П1+П2)	Группа активов А1	Группа активов А2	Группа активов А3
1	2016	14606	15798	15880	34920
2	2017	13534	16218	32180	46514
3	2018	30058	12430	44208	57630
4	2019	41234	12900	49064	57716

На первом этапе исследования разработана аналитическая трендовая модель, то есть прогнозная модель тенденций развития стоимости по основным финансовым группам (А1, А2, А3, П1+П2). Работа с моделью предполагает ограничение значений определенного элемента трендовой зависимостью, то есть вариабельность признака имеет определенные границы – доверительный интервал. На рисунке 1 представлены графики основных групп пассивов и активов, принятых для моделирования.

При построении трендовых функций, описывающих характер развития явления, в данном случае групп активов и пассивов, с использованием графического метода, на первоначальном этапе проведена аналитическая оценка тенденций развития.

Установлено, что по всем группам, за исключением группы А1, с начала анализируемого периода наблюдается резкий рост стоимости, что связано с валютным перестроением финансовой системы и проведением частичных восстановительных работ.

В дальнейшем происходит замедление изменения стоимости имущества, что связано с выходом на условно устойчивый уровень

функционирования. Из вышеозначенного следует, что наиболее надлежащей математической функцией для описания характера роста групп активов и пассивов является логарифмическая функция.

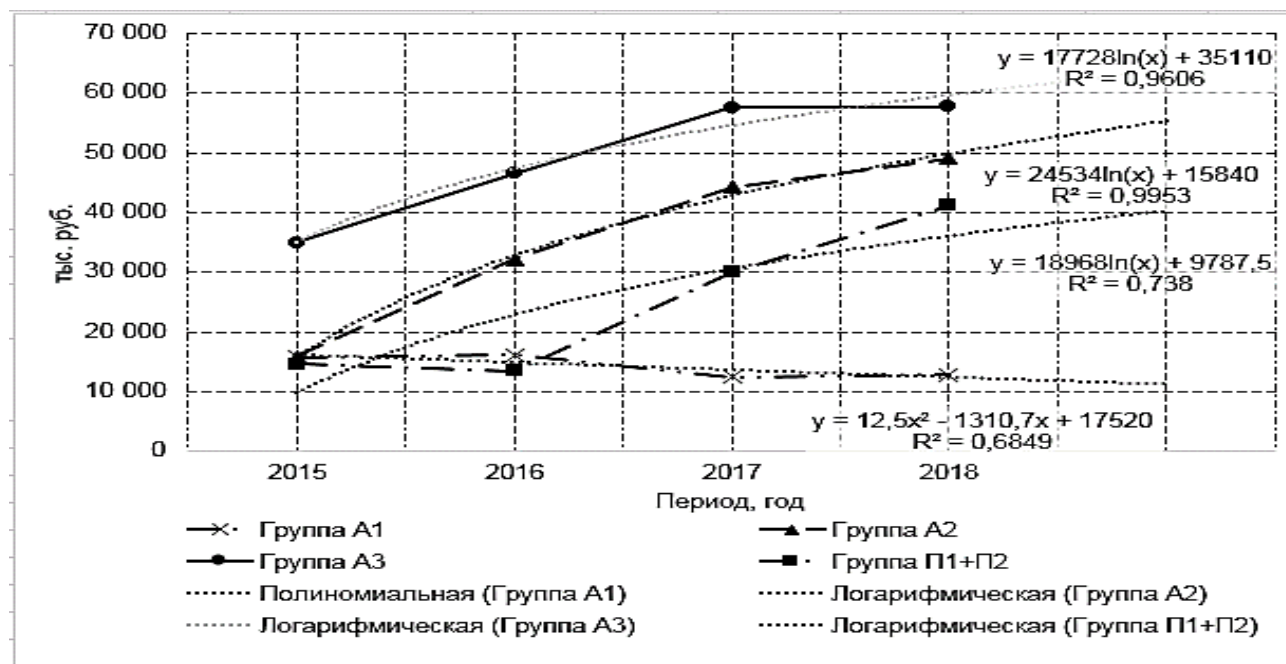


Рис.1. Статистический анализ тенденций развития стоимостей по основным финансовым группам для анализа ликвидности

Исключение составляет группы активов А1 для которой наиболее рационально использование полиномиальной функции второй степени, которая четко описывает тенденцию снижения стоимости данной группы активов.

Следующим этапом в построении модели является определение формы зависимости динамики каждой из групп активов от динамики текущих обязательств, то есть, какова политика менеджмента в отношении использования имеющихся средств, с целью отображения коего необходимо построить факторную модель зависимости динамики каждой из групп активов от динамики текущих обязательств [3].

Полученные модели со статистическими характеристиками представлены в таблице 2.

Основываясь на вышеозначенных методах, в рамках реализации поставленной задачи, сформулирована формализованная модель, отражающая стремление к сохранению в границах нормы такого показателя финансового состояния, как ликвидность [4-8].

Предложенная математическая модель обеспечения ликвидности представляет собой композицию трендовых, регрессионных и нормирующих моделей, объединенных с целью минимизации отклонений стоимости активов от принятой оптимальной структуры.

Таблица 2 – Результаты корреляционно-регрессионного анализа зависимости динамики каждой из групп активов от динамики текущих обязательств

Гр.	Корреляционно-регрессионная модель	Коэффициент детерминации
A1	$f_{A1}(П1 + П2) = 1E - 05(П1 + П2)^2 - 0,6556(П1 + П2) + 23292$	89,70%
A2	$f_{A2}(П1 + П2) = -2E - 05(П1 + П2)^2 + 2,0045(П1 + П2) + 181,47$	75,25%
A3	$f_{A3}(П1 + П2) = -3E - 05(П1 + П2)^2 + 2,3196(П1 + П2) + 14501$	75,17%

То есть данная модель задает режим минимизации колебания изменения стоимости активов, по отношению к принятой оптимальной норме. Используя вышеприведенные модели и нормирующие показатели, сформирована модель обеспечения ликвидности.

$$\sum_{i=1}^n (\Delta A_i - \Delta A_{i_n})^2 \rightarrow \min$$

$$\begin{cases} 9787,5 + 18968 \ln(t) - 26479 < (П1 + П2) < 9787,5 + 18968 \ln(t) + 26479 \\ 12,5t^2 - 1310,7t + 17250 - 6025 < [1E - 05(П1 + П2)^2 - 0,6556(П1 + П2) + 23292] + ДО_{A1} < 12,5t^2 - 1310,7t + 17250 + 6025 \\ 24534 \ln(t) + 15840 - 3940 < [-2E - 05(П1 + П2)^2 + 2,0045(П1 + П2) + 181,47] + ДО_{A2} < 24534 \ln(t) + 15840 + 3940 \\ 17728 \ln(t) + 35110 - 8409 < [-3E - 05(П1 + П2)^2 + 2,3196(П1 + П2) + 14501] + ДО_{A3} < 17728 \ln(t) + 35110 + 8409 \\ \Delta A1_n = 0,2(П1 + П2)_{np} - 12900 \\ \Delta A2_n = 0,5(П1 + П2)_{np} - (12900 + 49064 + \Delta A1) \\ \Delta A3_n = 2(П1 + П2)_{np} - (12900 + 49064 + 57716 + \Delta A1 + \Delta A2) \\ \Delta A1 = [1E - 05(П1 + П2)^2 - 0,6556(П1 + П2) + 23292 + ДО_{A1}] - 12900 \\ \Delta A2 = [-2E - 05(П1 + П2)^2 + 2,0045(П1 + П2) + 181,47 + ДО_{A2}] - 49064 \\ \Delta A3 = [-3E - 05(П1 + П2)^2 + 2,3196(П1 + П2) + 14501 + ДО_{A3}] - 57716 \\ ДО = ДО_{A1} + ДО_{A2} + ДО_{A3} \end{cases}$$

Решение представленной выше модели в каждом конкретном случае представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Результаты решения модели

Показатель	Начальные значения	t=5	t=6
Текущие обязательства	41 234	39 394	33 263
Активы группы A1	12 900	15 519	11 065
Активы группы A2	49 064	51 386	57 836
Активы группы A3	57 716	59 323	58 465
Допустимое управляющее действие при ДО=0:			
Активы группы A1		+1 734,9	+5006,2
Активы группы A2		0	-1 977,2
Активы группы A3		-4 089,6	0
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,313	0,394	0,333
Коэффициент срочной ликвидности	1,503	1,698	2,071
Коэффициент общей ликвидности	2,902	3,204	3,829

Результаты моделирования (рис. 2) позволяют при оценке перспектив обеспечения устойчивости сделать вывод, что у предприятия для последующего периода достаточно значительный размер активов группы A1, предельный объем роста абсолютно ликвидных активов в рамках заданных моделей развития финансовых ресурсов составляет 1 734,9 тыс. руб. Дальнейшее увеличение активов группы A1 может привести к изменениям в текущей, типичной для предприятия структуры капитала.



Рис. 2. Результаты моделирования оптимальной структуры активов

Возможности изыскания дополнительных источников финансовых ресурсов, в том числе для увеличения группы активов A1 и обеспечения финансовых потребностей оптимизации отношений с дебиторами (группа активов A2), представляет оптимизация активов группы A3, предельный объем корректировки которой, в рамках заданной модели составляет 4 089,6 тыс. руб. Данная процедура возможна за счёт реализации мероприятий по оптимизации размеров производственных запасов, управления отгрузкой готовой продукции, сокращения финансового цикла деятельности мясоперерабатывающего предприятия.

Результаты расчёта модели для второго последующего периода демонстрирует несколько иную картину. Используя тенденции

изменения стоимости активов по группе А1, прогнозируется необходимость существенного увеличения их стоимости (5006,2 тыс. руб.) или недопущения его снижения.

В качестве источника пополнения средств в данном случае могут быть использованы средства, полученные при оптимизации управления дебиторской задолженностью, а именно её сокращения на 1 977,2 тыс. руб. Прогнозные значения в рамках значений ДО свидетельствует о необходимости контроля по дебиторской задолженности, которая представляет значительный риск для формирования резерва абсолютно ликвидных средств.

Полученные результаты дают основание утверждать, что актуальным для анализируемого предприятия, является увеличение группы активов А1, а именно абсолютно реализуемых активов в том числе за счет оптимизации использования активов группы А3, медленно реализуемых активов, а именно производственных запасов и затрат в незавершенном производстве.

Основное воздействие в рамках оптимизации структуры финансовых ресурсов необходимо осуществить в группе А3, то есть предпринять мероприятия реструктуризации активов, а также осуществить управленческое воздействие, которое позволит обеспечить мобильность финансовых ресурсов и увеличить экономическую эффективность производства и реализации продукции.

Таким образом, для оптимального обеспечения финансовой устойчивости анализируемого предприятия особо актуальным является контроль использования абсолютно ликвидных активов, особенно при значительном росте дебиторской задолженности, а также анализ способов минимизации фиксации финансовых ресурсов в производственных запасах и в процессе реализации продукции.

Выводы. Предлагаемая методика оптимизации структуры финансовых ресурсов предприятия позволяет с использованием прогнозных значений определить мероприятия по перераспределению средств, с целью оптимизации обеспечения ликвидности предприятия.

Предложенная модель подразумевает также возможности прогнозирования необходимых резервов финансовых ресурсов, поэтому тактические меры мясоперерабатывающих предпринимательских структур должны быть направлены на решение задач изыскания дополнительных источников финансовых ресурсов, аккумулярование которых позволит создать резервы стабилизации финансового состояния в сложных социально-экономических условиях региона.

Список использованных источников

1. Бараненко С.П. Стратегическая устойчивость предприятия /С.П.Бараненко, В.В. Шеметов; Рос. акад. предпринимательства. – М.: Центрполиграф, 2004. – 492 с.
2. Макова М.М. Повышение экономической устойчивости организации на основе оптимизации ресурсного обеспечения деятельности / М.М. Макова, Г.З. Хуснуллина. – Уфа.: БашГАУ, 2007. – 162 с.
3. Бертонеш М. Управление денежными потоками: Анализ финансовой отчетности. Анализ финансового состояния компании. Оценка фирмы / М. Бертонеш, Р. Найт; пер. с англ. Е. Бугаева. – М.: Спб, 2004. – 238 с.
4. Беннинг Ш. Финансовое моделирование с использованием Excel /Ш.Беннинг. – М.: Вильямс, 2016. – 592 с.
5. Горлач Б.А. Математическое моделирование. Построение моделей и численная реализация / Б.А. Горлач, В. Г. Шахов. – М.: Лань, 2016. – 292 с.
6. Коробов П.Н. Математическое программирование и моделирование экономических процессов / П.Н. Коробов. – М.: ДНК, 2015. – 376 с.
7. Красс М.С. Моделирование эколого-экономических систем / М.С. Красс. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 272 с.
8. Кутафин О.Е. Математическое моделирование производственного и финансового менеджмента /О.Е. Кутафин. – М.: КноРус, 2013. – 192 с.
9. Меркулова, Ю.В. Ситуационно-стратегическое планирование в экономике. В 2 т. Т. 2.: Моделирование оптимальных стратегий и программ / Ю.В. Меркулова. – М.: Эконом.,2013. – 239 с.

ИНВЕСТИЦИИ КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

ГЛУХОВА Е.А.

канд. экон. наук, доцент

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,
Донецк, ДНР*

В статье охарактеризованы условия функционирования экономических систем, определена роль эффективных рыночных механизмов в обеспечении предпосылок развития, трактуемого в виде качественных преобразований экономики для повышения уровня жизни населения. Рассмотрено влияние инвестиций на функционирование экономических систем, идентифицированы препятствия в привлечении инвестиционных средств, спрогнозированы соответствующие последствия сдерживания воспроизводственного механизма. Определены варианты привлечения инвестиций, очерчены факторы, формирующие инвестиционную привлекательность экономических систем, представлен желаемый результат инвестиционного воздействия в виде качественных преобразований, проявляющихся в росте производительности труда, создании высокотехнологичных рабочих мест, увеличении доли выпускаемой продукции с высокой добавочной стоимостью, выход на новые рынки сбыта.

Ключевые слова: *экономические системы, инвестиции, инвестиционная активность, инвестиционная привлекательность.*

INVESTMENT AS A CONDITION FOR THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC SYSTEMS

GLUKHOVA E. A.

candidate of economic sciences, associate professor

SEE HPE «Donetsk National University», Donetsk, DPR

The article describes the conditions for the functioning of economic systems, defines the role of effective market mechanisms in ensuring the prerequisites for development, interpreted in the form of qualitative transformations of the economy to improve the living standards of the population. The influence of investments on the functioning of economic systems is considered, obstacles in attracting investment funds are identified, the corresponding consequences of restraining the reproduction mechanism are predicted. The options for attracting investments are identified, the factors that form the investment attractiveness of economic systems are outlined, the desired result of the

investment impact is presented in the form of qualitative transformations, manifested in the growth of labor productivity, the creation of high-tech jobs, an increase in the share of products with high added value, and entry into new sales markets.

Key words: *economic systems, investments, investment activity, investment attractiveness.*

Постановка проблемы. Экономические системы как совокупность взаимодействующих элементов во времени трансформируются под влиянием внешних и внутренних факторов в отношении как количественных, так и качественных характеристик. Устойчивость экономических систем определяется степенью их целостности и самодостаточности; сбалансированности элементов; адекватности реакции на изменения; способности к адаптации и самовоспроизводству. Функционируя на определённой территории экономические системы опираются на сложившиеся природно-экологические и ресурсо-производственные факторы, определяющие дальнейшую специализацию хозяйственного комплекса. Внутренним наполнением экономической системы выступает взаимодействие контрагентов по поводу распределения, перераспределения, освоения ресурсов, а взаимосвязь с внешними границами реализуется посредством притока необходимых ресурсов и осуществления экспортной деятельности. Потребность экономической системы в притоке ресурсов определяется сложным характером взаимодействия как внутри контура, так и за его пределами, что связано с усилением конкурентного давления, кризисными проявлениями в экономике, перераспределением традиционных рынков. В подобных условиях достаточный объём инвестиций является предпосылкой своевременных преобразований экономической системы, направленных на сохранение ключевых признаков (целостность, самодостаточность; сбалансированность; адекватность; адаптивность). Сохранение возможностей системы с одновременным доступом к ресурсам для осуществления качественных преобразований выступает условием, определяющим перспективы развития: сохранение признаков устойчивости, сбалансированности, позитивности структурных изменений, а также соблюдение экономической безопасности.

Актуальность исследования инвестиций и их роли в развитии экономических систем определяется характером изменений современной бизнес-среды, для которой характерен более взвешенный подход к инвестированию при достаточном объёме инвестиционных площадок.

Анализ исследований и публикаций. Негативные тенденции последнего времени, отражающиеся в экономике, ведущие к снижению

уровня жизни населения, определяют интерес экспертного и научного сообщества к проблеме поиска путей выхода из кризиса, определения точек роста с учётом специфик экономических систем, создания оптимальных механизмов инвестирования, что находит отражение в соответствующих научных исследованиях. Так, специфика анализа и оценки развития экономических систем отражены в исследованиях Зиновьева А.Г., Кузьмина П.И.; механизм инвестиционного обеспечения экономических систем исследован в трудах Гайворонской М.А., Дорониной Е.В., Никулиной Е.В.; особенности функционирования экономических систем и инвестирования на территориях с неопределённым статусом представлены в работах Андреевой Е.Ю., Гриневской С.Н., Древицкой И.Ю., Клейнера Я.С., Курепиной А.А., Лепа Р.Н., Маковецкого С.А., Половян А.В. и др.

В то же время, ключевое значение обеспечения притока инвестиций в качестве взаимодействия с внешним контуром экономической системы для последующего обеспечения развития требует пристального внимания и дальнейших исследований.

Цель статьи. Целью исследования является теоретическое обобщение и практическое применение основных положений относительно роли инвестиций в обеспечении предпосылок развития экономических систем.

Изложение основного материала. Экономическая система в условиях территориальной фиксации функционирует на базе доступных ресурсов, формируя хозяйственный комплекс для последующего взаимодействия контрагентов, производства товаров и услуг как для внутреннего потребления, так на экспорт. Стабильно функционирующая система обеспечивает результат с постепенным переходом количественных показателей в качественные, что проявляется в соответствующем росте качества жизни населения, подтверждая тезис о тесной связи экономического и социального аспектов. В тоже время «...совершенствование социально-экономической системы невозможно без развития экономической основы, которая, в свою очередь, представляет собой товарно-денежные отношения, на практике реализуемые с помощью эффективных рыночных механизмов...» [1]. Условием стабильного функционирования является обеспечение эффективной коммуникации внутреннего и внешнего контуров для компенсации потребности в недостающих ресурсах. Ключевое значение инвестиций для обеспечения развития экономической системы подтверждается включением указанного параметра в модели оценки наряду с показателями потребления домохозяйств, стоимостью основных производственных фондов и [2]. Привлечение инвестиций

выступает предпосылкой положительной динамики экономических показателей, а повышение инвестиционной привлекательности является одним из наиболее действенных механизмов социально-экономических преобразований [1,3]. Недостаточная инвестиционная активность обуславливает перспективу негативных трендов в функционировании экономических систем, что наглядно демонстрирует хозяйственный комплекс ДНР. Экономическая система ДНР в условиях санкционного давления, обладая достаточным промышленным, интеллектуальным, производственным, рекреационным потенциалом, существенно ограничена в развитии [4]. Сложившиеся экономические, политические и социальные условия подвергают предпринимательскую деятельность на территории ДНР воздействию различных негативных обстоятельств [5], обусловленных неурегулированностью правового статуса, экономической блокадой, нарушением логистических связей [6]. Результатом становится дефицит конкурентоспособности, нарушение промышленного потенциала; отсутствие кредитного механизма финансирования; рост социальной напряжённости. Источниками инвестиций преимущественно являются предприятия и организации ДНР, возможности которых не покрывают потребности экономической системы, что проявляется в снижении доли основных промышленных производств, неполном задействовании реального сектора экономики, отсутствии оборотных средств. Указанные проявления, формирующиеся в условиях внешнего давления и наличия внутренних проблем, обуславливают вероятность незначительного увеличения количественных показателей экономической системы без качественных изменений [7, 8].

Привлечение инвестиций для обеспечения развития экономической системы реализуется посредством Концепции инвестиционного сотрудничества в ДНР, направленной на восстановление хозяйственных связей и определяющей порядок рассмотрения обращений потенциальных инвесторов и согласования инвестиционных проектов в рамках инвестиционного сотрудничества. Для обеспечения информацией потенциальных инвесторов, а также для отбора перспективных инвестиционных проектов создан инвестиционный портал (<https://invest.govdnr.ru>) как информационный ресурс для реализации этапов, предложенных инвестиционной стратегией. В качестве наглядных блоков представлены разделы информации об инвестиционной привлекательности ДНР; действующих нормативно-правовых актах в сфере инвестиционной деятельности; данные о предприятиях металлургического комплекса, машиностроения, химической, лёгкой, пищевой промышленности, строительных

материалов, сельского хозяйства, а также телекоммуникации и почтовой деятельности; планируемых и реализуемых на территории ДНР инвестиционных проектах; территориях, которые могут быть предназначенные для целевого освоения и перспективного развития; наиболее значимых выставочно-ярмарочных мероприятиях; данные о текущей ситуации на рынке товаров ДНР по приоритетным отраслям промышленности и т.д. Потребность в обеспечении притока инвестиций в экономическую систему ДНР обусловлена необходимостью модернизации индустриального комплекса как градообразующего и социально значимого; возрождения лёгкой промышленности для наполнения внутреннего рынка товарами местного производства; реконструкции объектов критической инфраструктуры [9].

Основные препятствия привлечения инвестиций в экономическую систему ДНР связаны с неурегулированным правовым статусом, ограничивающим хозяйственную деятельность предприятий, блокирующим возможности использования передовых технологий, минимизирующим внешнеэкономическую деятельность. Отсутствие масштабных инвестиций существенно сдерживает воспроизводственный механизм экономических систем, а одним из действенных вариантов активизации инвестиционной деятельности выступает создание соответствующего режима благоприятствования. Одним из вариантов привлечения инвестиций выступает провозглашение свободных экономических зон в рамках определённой территории с целью обеспечения притока инвестиций, развития экспортного потенциала, роста валютных поступлений, созданию рабочих мест, снижения социальной напряжённости, роста уровня и качества жизни населения [10]. Действенность режима свободных экономических зон в отношении привлечения инвестиций на практике подтверждается удачно реализованными проектами в ряде стран мира, где результатом выступало создание промышленных и высокотехнологичных производств, стимулирование развития экономики. В тоже время эффективность свободной экономической зоны как таковой для привлечения инвестиций не обеспечивается только фактом наличия – достаточно примеров декларативных подобных проектов. Привлечение инвестиций для обеспечения развития экономических систем возможно при условии формирования благоприятного инвестиционного климата в целом под влиянием политических, геополитических, микро- и макроэкономических факторов. Определяющая роль в привлечении инвестиций отводится защите интересов инвестора, возможности обеспечения понятных условий ведения бизнеса, а также всесторонней заинтересованности всех участников инвестиционного процесса в

достижении конечного результата – развития экономических систем в виде качественных преобразований, проявляющихся в росте производительности труда, создании высокотехнологичных рабочих мест, увеличении доли выпускаемой продукции с высокой добавочной стоимостью, выход на новые рынки сбыта.

Выводы. Таким образом, инвестиции выступают в качестве необходимого инструмента создания предпосылок развития экономических систем, обеспечивая приток финансовых ресурсов и технологий. Отсутствие необходимого объема инвестиций заставляет изыскивать внутренние резервы, зачастую объем которых недостаточен даже для обеспечения устойчивого функционирования. Создание благоприятного инвестиционного климата, задействование максимального количества доступных инструментов для привлечения инвестора в современных условиях является главной задачей государственных структур, эффективность решения которой определяет возможности последующих качественных трансформаций экономических систем, роста уровня жизни населения, формирования позитивного имиджа на мировой арене.

Список использованных источников

1. Доронина Е.В. Роль коммерческих организаций как потенциальных инвесторов в развитии региона как социально-экономической системы // Научный журнал. 2017. №6-1 (19). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kommercheskih-organizatsiy-kak-potentsialnyh-investorov-v-razvitii-regiona-kak-sotsialno-ekonomicheskoy-sistemy>.
2. Кузьмин П.И., Зиновьев А.Г. Анализ и оценка развития экономики региона с использованием аналога модели Л. Р. Клейна // Экономика Профессия Бизнес. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-otsenka-razvitiya-ekonomiki-regiona-s-ispolzovaniem-analoga-modeli-l-r-kleyna>.
3. Никулина Е.В., Гайворонская М.А. Совершенствование механизма инвестиционного обеспечения экономики региона // Региональная экономика: теория и практика. 2017. №8 (443). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-mehanizma-investitsionnogo-obespecheniya-ekonomiki-regiona>.
4. Древицкая И.Ю., Клейнер Я.С. Развитие туризма как фактор формирования позитивного имиджа Донбасса // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-turizma-kak-faktor-formirovaniya-pozitivnogo-imidzha-donbassa>.

5. Андреева Е.Ю., Батуренко В.Э. Инвестиционные риски, сопровождающие операции с недвижимым имуществом на территории ДНР // Вестник Института экономических исследований. 2018. №2 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnye-riski-soprovozhdayuschie-operatsii-s-nedvizhimym-imuschestvom-na-territorii-dnr>.
6. Половян А.В., Лепа Р.Н., Гриневская С.Н. Экономика территорий с вновь образованной государственностью - Донецкая Народная Республика // Проблемы прогнозирования. 2018. №1 (166). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-territoriy-s-vnov-obrazovannoy-gosudarstvennostyu-donetskaya-narodnaya-respublika>.
7. Половян А.В., Лепа Р.Н., Гриневская С.Н. Экономическая дезинтеграция: новые аспекты развития (на примере вновь образованной территории Донбасса) // Большая Евразия: Развитие, безопасность, сотрудничество. 2019. №2-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-dezintegratsiya-novye-aspekty-razvitiya-na-primere-vnov-obrazovannoy-territorii-donbassa>.
8. Котов Е.В. Проблемы развития инновационной экономики государства с особым статусом // Beneficium. 2019. №2 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-innovatsionnoy-ekonomiki-gosudarstva-s-osobym-statusom>.
9. Маковецкий С.А. Инвестиции: сущность, функции и перспективы в ДНР // Вестник Института экономических исследований. 2018. №1 (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsii-suschnost-funktsii-i-perspektivy-v-donetskoy-narodnoy-respublike>.
10. Курепина А.А. Влияние свободных экономических зон на инвестиционную привлекательность Донецкой Народной республики // Экономинфо. 2016. №26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-svobodnyh-ekonomicheskikh-zon-na-investitsionnuyu-privlekatelnost-donetskoy-narodnoy-respubliki>.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ ЗА СЧЕТ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

ЖАДАН А. В.

канд. техн. наук, профессор,

ПОГОДИНА В. В.

магистрант

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой народной республики», Донецк, ДНР*

В статье рассмотрены основные проблемы эффективности возведения и обслуживания автодорожного покрытия в условиях Донецкой Народной Республики и обоснованы подходы к их решению.

Ключевые слова: *Автодорожное покрытие, проблема, инновация; резиновая крошка, эффективность, долговечность.*

IMPROVING THE EFFICIENCY OF ROAD INDUSTRY ENTERPRISES THROUGH THE USE OF INNOVATIONS

ZHADAN A.V.

candidate of technical sciences, professor,

POGODINA V.V.

master's degree student

*SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR*

The article identifies the main problems of the effectiveness of the construction and maintenance of the road surface in the conditions of the Donetsk People's Republic and substantiates approaches to their solution.

Key words: *Road surface, problem, innovation, rubber crumb; efficiency; durability.*

Актуальность. В настоящее время состояние автомобильных дорог, нельзя назвать повсеместно хорошим. Существующая проблема малого срока службы дорожного покрытия, связана с климатическими особенностями региона. Несмотря на обилие научных разработок, не все они являются оптимальными для применения их на практике, так как условия возведения дорог везде разные. Имеются различия в

применении инновационных технологий. Необходимо учитывать применение технологии с точки зрения доступности материалов на рынке, и основываясь на технической базе предприятия. Для предприятий дорожного хозяйства условием эффективной деятельности, является увеличение срока службы дорожного покрытия, которое осуществляется путем улучшения асфальтобетонных смесей, применением инновационных разработок.

Дорожное хозяйство представляет собой производственно-экономический комплекс, который непосредственно включает в себя автомобильные дороги, а также разнообразные искусственно созданные сооружения на них, и другие объекты, которые связаны с обслуживанием пользователей автомобильных дорог. Предприятия, занимающиеся дорожным строительством, являются крайне важными для государства, как со стороны экономики, так и со стороны социальной жизни населения, повышая качество жизни людей. Главной целью автодорожной отрасли, является продолжение срока службы дорожного покрытия. Именно по этой причине в последнее время применение разнообразных инновационных технологий, позволяющие увеличить срок службы асфальтобетонного покрытия *актуально*.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что улучшением показателей долговечности асфальтобетонных смесей озадачивались ряд отечественных ученых, таких как: Э.Р. Хафизов, А.А. Христофорова, С.Э. Филлипов и др [1;2]. Несмотря на подходы к решению данной проблемы, существуют разнообразные тормозящие факторы, такие как нестабильная экономическая и политическая ситуация, условия возведения и эксплуатации автодорожного покрытия, именно поэтому, требуется дальнейшее рассмотрение и изучение данной проблемы.

Изложение основного материала исследования. На фоне возрастающей интенсивности использования автодорожного транспорта, модернизации и интеграции транспортных средств, обладающих большой грузоподъемностью, повышения уровня транспортного движения, дорожная сеть не удовлетворяет общественного запроса, как по протяженности дорожного полотна, так и по качественным характеристикам автодорожного покрытия. Увеличение темпов роста количества муниципальных и частных транспортных средств повышает интенсивность использования дорог общественного пользования, являясь причиной неизбежного износа автодорожного полотна и ухудшения условий движения. Что в свою очередь способствует снижению производительности транспортных средств, снижает срок

использования автомобиля, его отдельных деталей, и препятствует его безопасной эксплуатации.

Данная тенденция порождает потребность в строительстве новых автомобильных дорог и реконструкции, ремонте и эксплуатационном содержании существующих.

Правительство Донецкой Народной Республики придает большое значение развитию дорожной инфраструктуры. Основными задачами государственной политики в сфере улучшения автодорожной отрасли, является повышение качества дорожно-строительных и ремонтных работ, эксплуатационное содержания автомобильных дорог, а также экономное расходования материальных и денежных ресурсов.

Основным фактором, определяющим качество дорог, является надежное асфальтобетонное покрытие.

В частности, затраты предприятия на перевозку груза исчисляются с учетом качества дорожного покрытия. Так, чем ниже качество дорожного покрытия, тем выше сумма транспортировки товара, и соответственно цена на товары также возрастёт соразмерно провозной стоимости.

Так происходит оттого, что предприятие закладывает в стоимость перевозки затраты на износ транспортного средства, стоимость расходуемого топлива, а также сложность и длительность маршрута, преодолеваемого водителем.

Общая стоимость грузоперевозок при средней скорости автомобиля 60-80 км/ч является минимальной. Однако, если принять эту стоимость за единицу, то с уменьшением средней скорости коэффициент увеличения себестоимости грузоперевозок резко возрастает, особенно при скорости ниже 40 км/ч [3].

Приведенные данные демонстрируют взаимосвязь между деятельностью предприятия и качеством дорожного покрытия. КП «Дорожное ремонтно-строительное управление», является монополистом в данной отрасли в г. Донецке.

Также следует отметить, что предприятие относится к коммунальной сфере, и не является коммерческим.

Если оценивать показатели эффективности дорожного покрытия, то можно утверждать, что покрытие с более продолжительным сроком эксплуатации предпочтительнее. Пути улучшения качества дорожного покрытия подразделяются на следующие способы: материаловедческие и конструкционные. Рассмотрим именно второй способ. Материаловедческие способы подразделяются на: улучшение методов подбора составов; использование материалов более высокого качества; использование новаторских методик изготовления смесей; внедрение

улучшенных методов по нанесению покрытий; разработка и внедрение нотационных технологий и материалов.

На сегодняшний день, в производстве дорожных смесей используются новые материалы, улучшающие состав и делающие дорожные покрытия более надежными:

- 1) асфальтобетоны на модифицированных битумах;
- 2) бетоны на композиционных вяжущих;
- 3) асфальтобетоны на битумах повышенной вязкости и твердых битумах;
- 4) щебеночно-мастичные асфальтобетоны [4].

Отдельно следует рассмотреть технологию добавления в строительную смесь резиновой крошки. Данная добавка в корне не изменяет уже привычную технологию производства и укладки асфальта, а также имеет ряд преимуществ, поэтому предлагается КП «ДРСУ» применить данную технологию при производстве и укладке асфальта.

Использование технологического нововведения производства строительной смеси с добавлением резиновой крошки имеет ряд преимуществ:

1. Во-первых, улучшает качество дорожного покрытия.
2. Во-вторых, предоставляет возможность использования вторичного сырья, а именно продукты переработки резиновых изделий (например, шин).
3. В-третьих, производство «резинового асфальта» позволяет отказаться от использования дорогостоящих продуктов перегонки нефти при производстве.

Проведем в табл. 1 сравнение асфальтобетона с применением резиновой крошки с другими асфальтобетонами [5;6;7]:

Таблица 1 -Сравнение различных видов асфальтобетона

Тип дорожного покрытия	Стоимость (руб. за тонну)	Срок службы (лет, усреднено)
Асфальтобетон мелкозернистый плотный	3000	3
Асфальтобетон с добавлением резиновой крошки	3000	6
Асфальтобетон щебеночно-мастичный	3700	7

Для определения оптимального варианта, построим график соотношения затрат и срока службы дорожного покрытия рис.1.

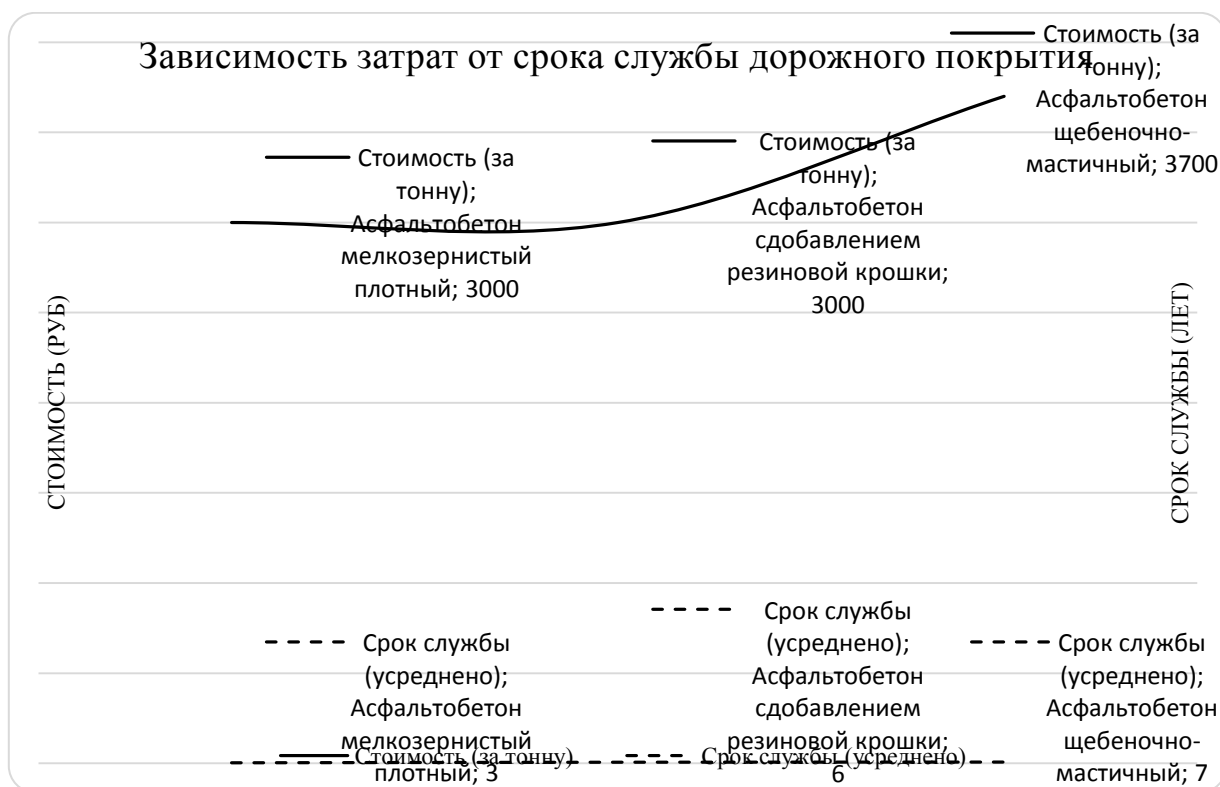


Рис. 1. Соотношение затрат и срока службы дорожного покрытия

Как видно из рис.1, оптимальным вариантом будет именно асфальтобетон с добавлением резиновой крошки. Применение щебеночно-мастичного асфальтобетона увеличивает срок службы дорожного покрытия не больше чем на один год по сравнению с применением асфальтобетона с резиновой крошкой, однако стоимость его является большей, и в соотношении затрат и срока службы несколько проигрывает.

Развитие организации происходит за счет разработки новых проектов по разработке, внедрению и применению инноваций в производственном процессе.

Однако, внедрение какой-либо инновации требует анализа ее положительных и негативных сторон.

К положительным сторонам инновационного метода по производству асфальтобетонных дорожных покрытий относится:

- эксплуатационный срок дорожного покрытия, произведенного с использованием резиновой крошки, возрастает в среднем в два раза, также, как и период между проведением ремонтных работ;
- соответственно, с увеличением срока использования дорожного покрытия, увеличивается и экономия предприятия за счет снижения стоимости ремонта и обслуживания дорог;
- возможность производственной экономии предприятия, за счет использования вторичного сырья.

Так как в г. Донецке автодорожная отрасль представлена исключительно предприятием КП ДРСУ, которое является коммунальным и финансируется за счет бюджетных ассигнований, то, следовательно, применение инноваций в производстве асфальтного дорожного покрытия, способствует экономии средств государственного бюджета.

Негативными сторонами внедрения инновации в производство является потребность первоначальных финансовых вложений:

- для финансирования подготовительных мероприятий по приему сырья вторичного использования (а нашем случае автошин);
- для приобретения, транспортировки, монтажа и эксплуатации оборудования, для переработки сырья;
- организация обучения работников предприятия новым методикам обработки сырья, изготовления состава и производства асфальта;
- необходимость привлечения новых специалистов и создание новых должностей и рабочих мест, связанных с контролем по внедрению инновации и проведением работ по реализации инновации.

Каждый инновационный проект должен рассматриваться с учетом перспективы краткосрочной, среднесрочной или долгосрочной «акклиматизации». Речь идет о временном периоде, в которой та или иная инновационная технология будет внедрена в процесс производства. В данном случае, наиболее актуально будет рассматривать долгосрочный тип «акклиматизации»:

Данный тип предполагает возможность получения прибыли в отдалённой перспективе, примерно спустя несколько лет использования инновации. Однако, данный факт возможно нивелировать, за счет выделения на «акклиматизацию» определенной части прибыли предприятия. Так, для внедрения долгосрочных инноваций требуется модернизация процесса управления предприятием, что будет являться залогом стабильности его работы и возможности получения и приумножения прибыли, в условиях применения инновационных нововведений.

Для достижения максимальной эффективности в работе предприятия, с учетом сложности процесса внедрения инноваций, необходимо корректно выстроить план работы с нововведениями.

Для предприятия предлагается организовать комиссию, которая будет разрабатывать подробный план реализации и внедрения инновационной технологии, а также наблюдать за применением данной технологии, предоставлять отчеты о проделанной работе.

Несмотря на то, что внедрение новых технологий на предприятиях разных сфер деятельности имеет свои особенности, можно выделить 5 этапов, которые, как правило, проходит любое нововведение: планирование, «размораживание», непосредственное осуществление внедрения, «замораживание», оценка [8]. Однако следует заметить, что данных этапов недостаточно, и следовало бы предложить еще один, а именно *«предварительная оценка»*. С этого этапа необходимо начинать внедрение новых технологий.

Далее рассмотрим подробнее каждый из 6 этапов (с учетом предложенного ещё одного этапа), которые должно пройти предложенное нововведение.

1. На этапе «предварительной оценки» необходимо провести экспертную оценку трудовых, экономических и финансовых ресурсов предприятия. Также на данном этапе необходимо провести исследование, которое будет посвящено реальности и целесообразности ее воплощения на предприятии.

2. На этапе планирования главной задачей является определение содержания, уровень изменения, составляется пошаговый план изменений, а также ведется разработка стратегии работы с персоналом, рассматривается вопрос о необходимости привлечения дополнительных ресурсов, и что немаловажно определяются необходимые ресурсы (финансовые, материальные, кадровые, временные и др.),

3. Когда планирование завершено, можно приступить к этапу «размораживания». «Размораживание» — является своеобразной подготовкой процессов компании и ее служб, к последующим изменениям. К основным задачам на данном этапе можно отнести: выбор оптимальных методов информирования и обучения сотрудников, снятие психологического напряжения в компании, контроль осуществления подготовки к внедрению нововведения- коррекция планов и подходов к их реализации. Чтобы инновация стала массовой и приоритетной, необходимо вовлекать в неё как можно больше структур организации. Для управления внедрением целесообразно создавать гибкие и мобильные проектные группы.

Для данного предприятия предлагается создать специальную группу. Основными задачами этой группы на данном этапе будет информирование работников о данной технологии, подготовка к внедрению технологии, обучение рабочих, которые непосредственно заняты в производственном процессе.

Непосредственное осуществление – является центральным этапом, в ходе которого воплощаются в жизнь разработанные рекомендации относительно внедрения инноваций. Во время данного этапа важно

иметь достаточным резерв времени, а также других ресурсов на случай непредвиденных затруднений. Необходимо создать такие условия, чтобы можно было оперативно корректировать стратегию, если это является необходимостью, а также важно поддерживать постоянную обратную связь с сотрудниками, информировать их о процессе преобразований.

5. Суть этапа «замораживания» – закрепление достигнутого результата. Для этого нужно выделить все необходимые ресурсы, решить вопрос дальнейшего обучения для работы с внедрённой инновацией, осуществить планы по использованию результатов внедрения с учётом ситуации.

6. Заключительный этап нововведений — оценка текущих результатов, предполагает исследование всех последствий внедрения инновации, анализ их восприятия, дальнейшую поддержку обратной связи внутри компании, информирование внешней среды (рынок, СМИ, потребители) о внедрении инновации. КП «ДРСУ» информирует население о результатах своей деятельности, отчеты можно посмотреть на их официальном сайте. Есть возможность размещения на сайте информации о инновационной деятельности предприятия, а также информирования населения о пункте приема автошин.

Инновации необходимы любой сфере бизнеса. От их успешного внедрения зависит успех и стабильность компании в условиях современного рынка. Для предприятия может быть предложена данная инновация, а также механизм по ее внедрению.

Выводы. Говоря о эффективности дорожного покрытия, можно говорить о том, что более эффективно дорожное покрытие, которое имеет больший срок службы. Эффективность деятельности предприятия напрямую зависит от качества дорожного покрытия. КП «Дорожное ремонтно-строительное управление», является монополистом в данной отрасли в г. Донецке. Также следует отметить, что предприятие относится к коммунальной сфере, и не является коммерческим.

Внедрение инноваций является аспектом повышения эффективности деятельности предприятия. Перед внедрением инноваций проводится анализ предложения, его целесообразность для предприятия. Данная работа призвана повысить эффективность деятельности КП «ДРСУ», за счет внедрения инновационной технологии производства асфальтобетона с добавлением резиновой крошки. Из преимуществ данной технологии, можно выделить то, что срок службы асфальта увеличивается примерно в 2 раза.

Для осуществления применения данной технологии предлагается организовать группу, которая будет разрабатывать подробный план

разработки и внедрения инновационной технологии, а также контролировать ход проделанных работ и предоставлять отчеты.

Предложено добавить к пяти существующим этапам внедрения новых технологий ещё один – «этап предварительной оценки». Реализация этого этапа будет содержать оценку реальности и целесообразности ее воплощения инновации в условиях предприятия.

Список использованных источников

1. Хафизов, Э.Р. Повышение качества дорожных покрытий путем введения в щебеночно-мастичную асфальтобетонную смесь добавок резиновой крошки // Э.Р. Хафизов, Д.Ю. Семенов // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. – 2017. – №2(40). – С. 305-311.

2. Христофорова А.А. Применение новых модифицирующих добавок в материалах дорожно-строительного назначения // А.А. Христофорова, С.Э. Филиппов, М.Д. Соколова // Инновации в науке. 2012. №14-1. – С. 122-127.

3. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://poznayka.org/s35192t2.html>.

4. Электронный ресурс. – Режим доступа: https://bstudy.net/740633/tehnika/modifitsirovannye_asfaltobetony.

5. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://rcycle.net/rezina/kroshka/rezinovyj-asfalt>.

6. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://abz-asfalt.ru/prais-list/>.

7. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://beton-house.com/vidy/asfaltobeton/asfaltobeton-shhebenочно-mastichnyj-256>.

8. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://center-yf.ru/data/Menedzheru/vnedrenie-razrabotok.php>.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ МЕТОДИКИ И ИНСТРУМЕНТОВ АНАЛИЗА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ

ЗАХАРОВ С. В.

*д-р экон. наук, доцент,
зам. директора по маркетингу и продажам ООО «ФОРВАРДЕР»,
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация*

В статье освещаются приоритетные направления и цели развития государственной транспортной политики Российской Федерации. Определен ряд механизмов государственной политики Российской Федерации в контексте Транспортной стратегии Российской Федерации до 2030 года. Выявлены проблемы государственного регулирования транспортной деятельности, для решения которых необходимо применять новые подходы, методики и инструменты государственной политики развития транспортной системы.

Ключевые слова: государственная политика, транспортная система, транспорт, стратегия, государственное управление.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO FORMATION OF THE METHODS AND TOOLS FOR ANALYSIS OF THE STATE POLICY OF THE TRANSPORTATION SYSTEM DEVELOPMENT

ZAKHAROV S. V.

*doctor of sciences in economics, associate professor,
Deputy Director for Marketing and Sales FORWARDER LLC,
Rostov-on-Don, Russian Federation*

The article highlights the priority directions and development goals of the state transport policy of the Russian Federation. A number of mechanisms of the state policy of the Russian Federation have been identified in the context of the Transport Strategy of the Russian Federation until 2030. The problems of state regulation of transport activities are identified, for the solution of which it is necessary to apply new approaches, methods and instruments of state policy for the development of the transport system.

Keywords: public policy, transport system, transport, strategy, public administration.

Постановка проблемы. В настоящее время российская экономика оказалась перед системным вызовом, характер и качество которого определяется сочетанием трех фундаментальных факторов.

Во-первых, усилением глобальной конкуренции, охватывающей рынки товаров, услуг, капитала и других факторов экономического роста. Началась структурная перестройка мирового хозяйства, связанная с изменением баланса между ее экономическими центрами, возрастанием роли региональных экономических союзов, ожидаемым распространением новых технологий. Это влечет за собой изменение национальных и мировых грузо- и пассажиропотоков, рост требований к качеству транспортного обслуживания.

Во-вторых, уровень конкурентоспособности современной инновационной экономики все в большей степени определяется качеством профессиональных кадров. Это в полной мере относится и к транспорту, как отрасли, встающей на путь инновационного развития с переходом к интеллектуальным транспортным системам, использованию высокоскоростных транспортных систем и новых энергоносителей.

В-третьих, истощение источников экспортно-сырьевого типа развития, базирующихся на интенсивном наращивании топливного и сырьевого экспорта.

Одновременно в Российской Федерации появились существенные ограничения роста экономики, обусловленные недостаточным развитием транспортной системы. Сегодняшние объемные, экономические и качественные характеристики транспорта, особенно его инфраструктуры, не позволяют в полной мере и эффективно решать задачи растущей экономики. Все это требует от транспортной системы и государственной транспортной политики существенной перестройки.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию теоретико-методических основ развития транспортной системы посвящены работы Галимовой М.П., Тамбова В.В. [1], Герасимовой Е.А. [2], Мансурова Р.Ш. [4], Поповой Т.А. [5], Сиверцевой Е.С. [6], Турко Л.В. [8].

Целью статьи является изучение теоретико-методических подходов к формированию методики и инструментов анализа государственной политики развития транспортной системы.

Изложение основного материала исследования. Транспортная система в Российской Федерации, как и в других развитых странах, является одной из ключевых отраслей хозяйства, главной частью социальной и производственной инфраструктуры. Она является необходимым условием территориальной целостности, единства

экономического пространства, так как объединяет все районы государства, объединяет с мировым сообществом, чем обеспечивает внешнеэкономические связи Российской Федерации и ее интеграцию в глобальную экономическую систему. Особенное географическое положение Российской Федерации позволяет ей получать высокий уровень доходов от экспорта транспортных услуг, в том числе и от транзитных перевозок через свою территорию.

Анализ транспортной системы свидетельствует о том, что транспорт занимает значительный удельный вес в основных производственных фондах страны, ВВП, инвестициях на развитие отраслей, численности занятых, потреблении энергетических ресурсов и в ряде других показателей, которые характеризуют экономику Российской Федерации. Таким образом, данные обстоятельства позволяют отнести транспортную систему к числу приоритетных отраслей хозяйства.

Фундаментом государственной транспортной политики является принцип разделения государственных задач регулирования и выполнения хозяйственных функций. Как хозяйствующий субъект, государство ограничивает свои функции, но повышает эффективность государственного регулирования, направленного на повышение качества предоставляемых транспортных услуг и оптимизацию общественных затрат, которые связаны с транспортной деятельностью.

Транспорт является единой системой, звенья которой функционируют согласовано и стремятся достигнуть единой цели, что обеспечивает дополнительный синергетический эффект.

Единство государственного управления транспортом предполагает следующие направления развития, представленные на рисунке 1.

На сегодняшний день в Российской Федерации подлежат реализации определенные программы, которые предусматривают финансирование значимых для общества маршрутов.

Транспортная инфраструктура постоянно расширяется и модернизируется, что позитивным образом сказывается на эффективности функционирования транспортной системы и повышении удовлетворенности населения от транспортных услуг. Государственная транспортная политика в современном мире приобретает множество форм и направлений, на каждом уровне управления можно выделить совокупность определенных подходов, инструментов, рычагов и механизмов реализации государственной транспортной политики Российской Федерации.

Главенствующие приоритеты, принципы и подходы к развитию транспортной системы Российской Федерации представлены в

Транспортной стратегии Российской Федерации до 2030 года [7]. В ней предложены соответствующие направления развития государственной транспортной политики, являющиеся ключевым аспектом документа, которые определяют дальнейший порядок принятия решений.

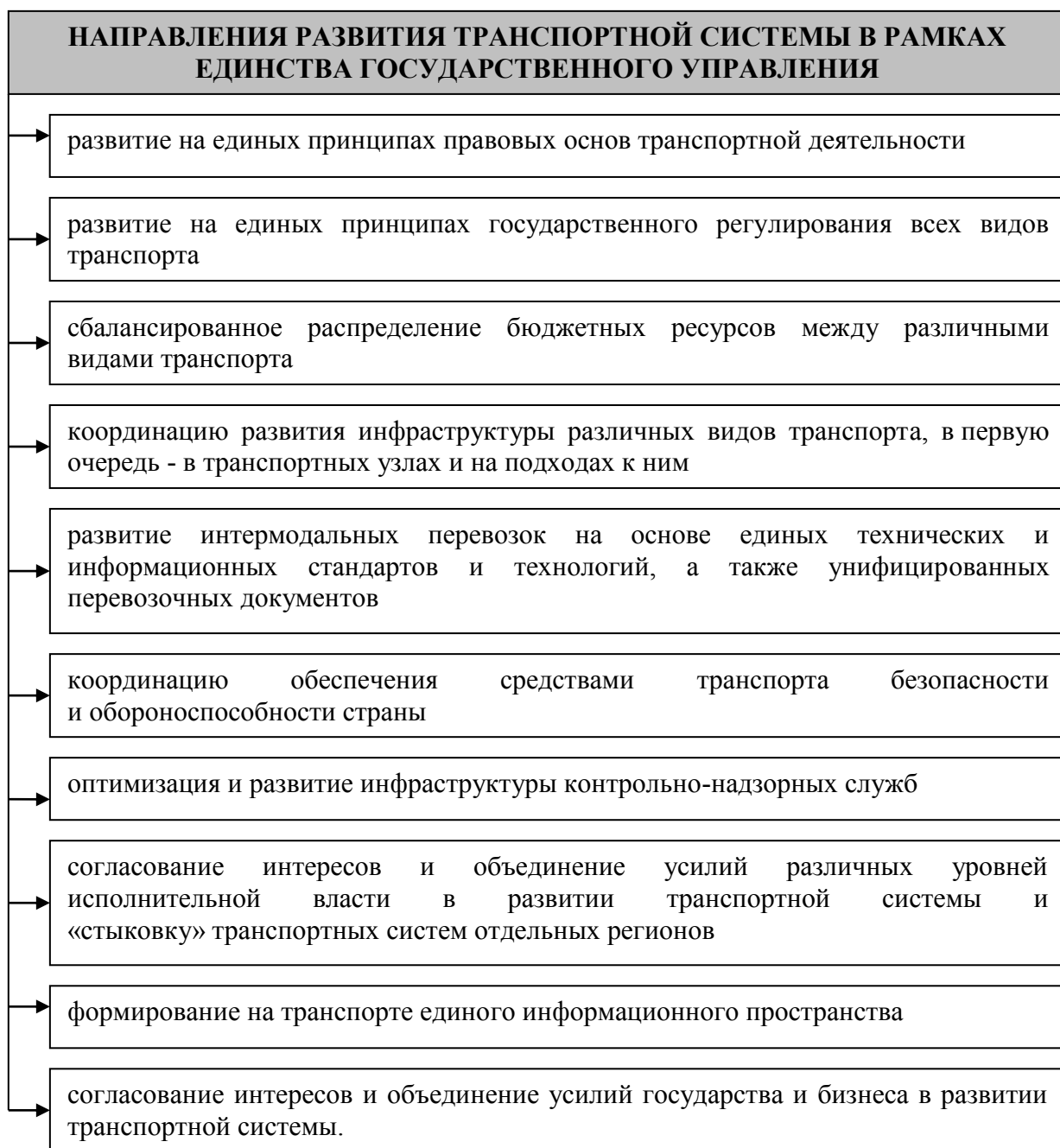


Рис.1 Направления развития транспортной системы в рамках единства государственного управления

Федеральная программа финансирования «Развитие транспортной системы» [3] синхронизирована с Транспортной стратегией, что способствует тесной увязке инвестиций с приоритетами развития транспортной системы, и направлена на минимизацию влияния краткосрочных политических и бюджетных соображений, обеспечивая

координацию и приоритетность процесса разработки и реализации государственной политики в транспортной системе.

Стратегии в системе транспорта, разрабатываемые на региональном уровне должны дополнять основную стратегию развития транспорта Российской Федерации. На рисунке 2 представлены цели государственной политики в транспортной системе Российской Федерации.



Рис. 2 Цели государственной политики в транспортной системе Российской Федерации

Для достижения поставленных целей государственной политики в транспортной системе Российской Федерации сформированы и развиваются специализированные механизмы (рисунок 3).

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении. В заключение необходимо отметить, что существует много причин, для решения которых государство должно осуществлять государственное регулирование транспортной деятельности посредством проведения научно-обоснованной транспортной политики:

1. Основные операции транспорта необходимо регулировать не только в интересах общественной безопасности (экологической безопасности и безопасности дорожного движения), но и в интересах национальной безопасности государства. Под национальной безопасностью понимается устойчивое состояние экономики и

социально-политических, общественных и властных институтов, обеспечивающих гетерогенную защиту национальных интересов и достаточный потенциал для предотвращения наступления неблагоприятных последствий в результате действия внутренних и внешних факторов.

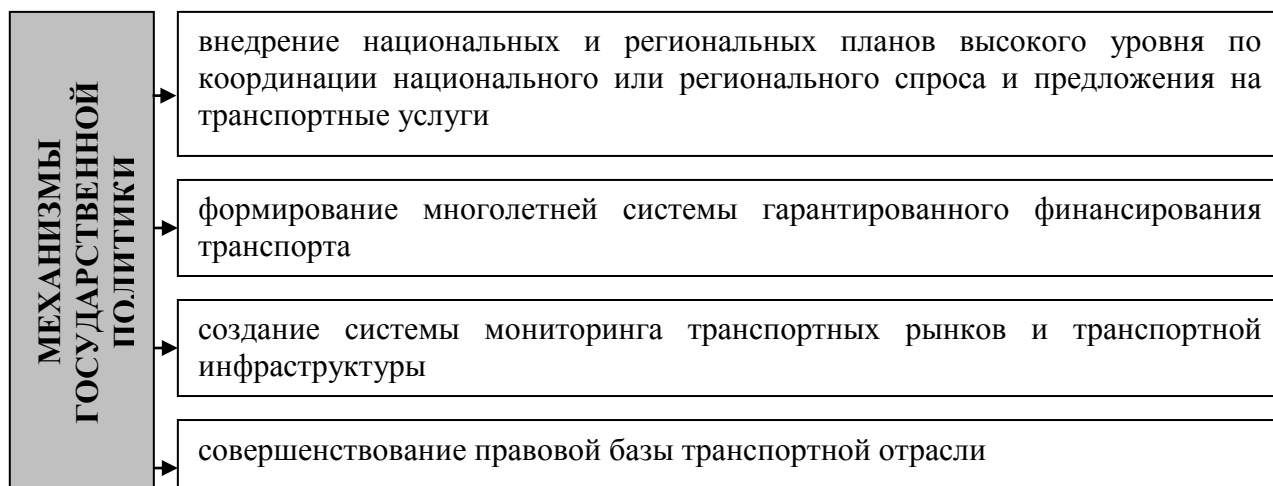


Рис. 3 Механизмы государственной политики в транспортной системе Российской Федерации

2. Значительная часть транспортной отрасли относится к сфере естественных монополий, которые сохраняют целостность национального экономического пространства. Их следует рассматривать как опорные конструкции стабильной и конкурентоспособной экономики.

3. Сфера транспортных услуг сильно подвержена конкурентной борьбе, что связано с единством экономического пространства страны, региона и, соответственно, транспортного рынка, а также функциональной взаимозаменяемостью транспортного товара и сходством его потребительских свойств.

4. Затраты на инфраструктуру самой транспортной системы очень большие, в связи с этим их необходимо учитывать и перераспределять.

5. Транспорт выступает одним из базовых элементов международного взаимодействия, что приводит к необходимости согласования мероприятий внутренней и внешней политики государства.

На российском рынке транспортных услуг сложились необходимые экономические, институциональные и организационные предпосылки для развития механизмов реализации государственной политики в транспортной системе.

Дальнейшие исследования должны быть посвящены развитию механизмов реализации государственной транспортной политики для выявления путей решения основных проблем функционирования транспортной системы.

Список использованных источников

1. Галимова, М.П. Стратегические разрывы и окна возможностей развития транспортных систем РФ / М.П. Галимова, В.В. Тамбов // *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. – 2016. – №5 (15). – С. 36-43.

2. Герасимова, Е.А. Значение информационных технологий в развитии интеллектуальной транспортной системы РФ /Е.А. Герасимова // *Наука и образование транспорту*. – 2016. – №1. – С.170-171.

3. Государственная программа «Развитие транспортной системы» [Электронный ресурс]: постановление Правительства Российской Федерации [утверждена постановление Правительства Российской Федерации №1596 от 20.12.2017 г.]. – Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/841/events/>

4. Мансуров, Р. Ш. Стратегия развития транспортных систем в РФ /Р.Ш. Мансуров, Е. С. Лещенко // *Развитие экономической науки на транспорте: устойчивость развития железнодорожного транспорта: сборник докладов IV междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 09 июня 2015 года* / Научный редактор Журавлева Наталья Александровна. – Санкт-Петербург: Международный центр научно-исследовательских проектов, 2016. – С. 284-294.

5. Попова, Т.А. Повышение эффективности транспортной логистики на основе методики оценки работы автотранспортного предприятия по безопасности движения / Т.А. Попова // *Актуальные проблемы современной экономики: матер. VI междунар. науч.-практ. конф.: в 2 частях*. – Омский государственный университет путей сообщения. – 2018. – С. 261-266.

6. Сиверцева, Е.С. Трансформации развития транспортных систем и их влияние на повышение пространственной эффективности РФ / Е.С. Сиверцева // *Бюллетень результатов научных исследований*. – 2019. – № 3. – С. 13-24.

7. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]: приказ Министерства транспорта Российской Федерации № 1734-р от 22.11.2008 г. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/902132678>

8. Турко, Л. В. Аналитический обзор транспортной системы РФ: динамика, структура и перспективы развития / Л.В. Турко //Фундаментальные и прикладные науки сегодня: матер. VIII междунар. науч.-практ. конф., North Charleston, USA, 10–11 мая 2016 года / н.-и. ц. «Академический». – North Charleston, USA: CreateSpace, 2016. – С. 145-149.

УДК 338.4:658.14

DOI 10.5281/zenodo.5115992

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА: МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ С УЧЕТОМ ОТРАСЛЕВОЙ СПЕЦИФИКИ

ЛАЗАРЕНКО Н. В.

канд. экон. наук, доцент

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

Статья посвящена исследованию вопросов анализа, оценивания и повышения уровня конкурентоспособности производственного потенциала. Рассмотрена методика измерения и резервы повышения конкурентоспособности производственного потенциала с учетом специфики угольной отрасли региона.

Ключевые слова: конкурентоспособность, методы оценки, факторы, система управления, конкурентные преимущества, конкурентный потенциал.

COMPETITIVENESS OF PRODUCTION CAPACITY: METHODOICAL ASSESSMENTS BASED ON INDUSTRY SPECIFICS

LAZARENKO N.V.

candidate of economic sciences, associate professor

SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR

The article is devoted to the study of the issues of analysis, assessment and increasing the level of competitiveness of production potential. The technique of measuring and reserves for increasing the competitiveness of production potential, taking into account the specifics of the coal industry in the region.

Key words: competitiveness, assessment methods, factors, management system, competitive advantages, competitive potential.

Постановка проблемы. Конкурентоспособность предприятий относится к одной из наиболее важных экономических категорий, характеризующих эффективность их деятельности и возможности устойчивого развития в изменяющейся среде.

В условиях современного постиндустриального общества одной из наиболее актуальных проблем остается формирование и реализация конкурентных преимуществ, поиск новых способов и методов управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятий с целью обеспечения их стабильного функционирования в рыночных условиях хозяйствования.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы анализа, оценивания и повышения уровня конкурентоспособности предприятий подробным образом рассмотрены в исследованиях и публикациях многих ученых, среди которых: А.Александров, Г.Антонов, И.Бланк, В.Мисаков и др. Однако, несмотря на многочисленные научные публикации, эти проблемы требуют дальнейшего объективного и комплексного изучения.

Актуальность исследования. Теоретико-методические аспекты оценки конкурентоспособности производственного потенциала предприятия призваны помочь выявлению сильных и слабых сторон хозяйственной деятельности как исследуемого предприятия, так и его ближайших конкурентов, что является основой для разработки организационных мер по повышению конкурентоспособности на современном этапе развития экономики.

В связи с этим, актуальными для изучения остаются проблемы, связанные с анализом, оценкой и определением совокупности ключевых факторов, влияние которых существенно повышает или, наоборот, понижает общий уровень конкурентоспособности предприятий на отраслевом рынке.

Цель статьи – определить основные факторы, оказывающие наиболее существенное влияние на уровень конкурентоспособности производственного потенциала предприятий с учетом отраслевой специфики, и на этой основе обосновать рекомендации по оцениванию и повышению уровня конкурентоспособности в дальнейшем.

Основные результаты исследования. Наиболее распространенные методы оценки конкурентоспособности предприятия можно сгруппировать по следующим критериям:

- описание конкурентной борьбы;
- обобщение мнений экспертов-оценщиков;
- оценка уровня конкурентоспособности продукции (работ, услуг);

- определение интегрального (общего) коэффициента на основе финансовых и технико-экономических показателей;
- экономико-математический анализ показателей: целевого дохода (прибыли), денежных потоков, стоимости бизнеса и т.д.

Конкурентоспособность предприятия зависит от целого ряда внешних факторов, в том числе таких, как:

- конкурентоспособность товаров на рынке;
- конкурентоспособность отрасли;
- конкурентные позиции предприятий, длительно функционирующих на данном рынке;
- конъюнктура рынка;
- однородность рынка;
- возможность технических нововведений в отрасли и др. [1].

На уровень конкурентоспособности предприятия оказывают существенное влияние научно-технический уровень производства, степень прогрессивности и совершенства технологий, внедрение современных средств автоматизации производства, использование изобретений и др. объектов промышленной и интеллектуальной собственности и т.д.

Система управления конкурентоспособностью производственного потенциала предприятия предусматривает реализацию ряда последовательных этапов, представленных в табл.1.

Таблица 1 – Меры по реализации системы управления конкурентоспособностью производственного потенциала предприятия

Этапы	Содержание мер
1	анализ показателей, характеризующих уровень конкурентоспособности предприятия, включая анализ факторов внешней и внутренней среды;
2	формализация метода оценки конкурентоспособности предприятия;
3	выделение отдельных признаков и установление по ним ограничений;
4	определений количественных значений отдельных признаков;
5	проведение оценки конкурентоспособности предприятия;
6	разработка программы повышения конкурентоспособности предприятия.

Формирование информационно-аналитической системы управления конкурентоспособностью базируется на создании программно-целевого комплекса управления конкурентными преимуществами предприятия на основе прогнозного моделирования вариантов достижения целевого дохода (прибыли) предприятия.

В процессе реализации стратегического подхода к финансовому оздоровлению кризисных предприятий в современной экономике необходим тщательный анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности.

Механизм управления конкурентоспособностью предприятий, как элемент системы инновационного и социально-экономического развития экономики страны, представляет собой совокупность процедур принятия управленческих решений.

При этом к приоритетным направлениям инновационного развития производственного потенциала предприятий относятся:

- выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ по созданию новой или усовершенствованной продукции, нового или усовершенствованного технологического процесса, предназначенных для практического применения;

- технологическое переоснащение и подготовка производства для выпуска новой или усовершенствованной продукции, внедрения нового или усовершенствованного технологического процесса;

- осуществление испытаний новой или усовершенствованной продукции, нового или усовершенствованного технологического процесса;

- выпуск новой или усовершенствованной продукции, применение нового или усовершенствованного технологического процесса до достижения окупаемости затрат;

- создание и развитие инновационной инфраструктуры региона;

- маркетинговая деятельность по продвижению на рынки новых видов продукции и др.

Для обеспечения эффективной управленческой деятельности в области инновационного развития и повышения конкурентоспособности производственного потенциала предприятий необходим всесторонний комплексный анализ сложившейся ситуации со стимулированием развития малого научно-технического и инновационного предпринимательства, включая механизм поддержки за счет средств государственного бюджета инфраструктуры малого бизнеса (мини-техно-парки, центры трансферта технологий, инновационные бизнес-инкубаторы и т.п.).

Также заслуживает пристального внимания органов государственной власти стимулирование развития механизма инвестирования и страхования рисков наукоемких проектов, подготовка квалифицированных специалистов – инновационных менеджеров.

Необходима целевая поддержка на конкурсной основе научно-технических и инновационных проектов, связанных с развитием высокотехнологичного производства новых видов продукции, транспортной инфраструктуры и т.д. [2].

Комплекс мер, направленных на повышение конкурентного производственного потенциала предприятий в долгосрочной перспективе, должен предусматривать:

- внедрение в производство новых технологий и технических средств обеспечения хозяйственной деятельности предприятий;
- улучшение использования земельных участков, зданий и сооружений с целью обеспечения экологической безопасности производства и состояния материально-технической базы;
- анализ наличия и использования нематериальных ресурсов и определение путей возможного дополнительного привлечения их в производство на основе совершенствования инвестиционно-инновационной деятельности;
- совершенствование механизма материального и морального стимулирования работников на основе количественного и качественного оценивания трудового потенциала, повышение эффективности кадровой и социально-экономической политики;
- рациональное использование всех видов ресурсов на основе совершенствования системы планирования и нормирования материально-технического обеспечения производства и т.д.

Важное значение в оценке современного уровня конкурентоспособности имеет правильный выбор предприятий-конкурентов для достижения цели исследования. Поэтому наряду с выбором предприятий – ближайших конкурентов в отрасли на практике целесообразно использовать следующие подходы:

- «выбор сильнейших конкурентов – предприятий, занимающих значительную долю отраслевого рынка товаров и услуг»;
- «выбор совокупности предприятий, которым принадлежит значительная суммарная доля (свыше 50 %) отраслевого рынка товаров и услуг»;
- «выбор всех действующих предприятий – конкурентов, территориально расположенных в рамках географических границ отраслевого рынка товаров и услуг»;
- «выбор всех возможных конкурентов» и др. [3].

Проблемы обеспечения и повышения уровня конкурентоспособности производственного потенциала угледобывающих предприятий, в первую очередь, связаны с трудностью выбора соответствующего методического инструментария, позволяющего объективно оценить состояние конкурентной среды и специфические особенности данной отрасли экономики.

К основным факторам, оказывающим определяющее влияние на обеспечение и повышение уровня конкурентоспособности угледобывающих предприятий, можно отнести:

- 1) уровень менеджмента (управление), который определяет внутрипроизводственную (внутрифирменную) культуру предприятия,

безупречность организационной структуры управления, уровень работы с персоналом, эффективность стратегии развития производственно-хозяйственной деятельности;

2) уровень развития системы сбыта (поставок) угольной продукции (материальных ресурсов);

3) активность инвестиционно-инновационной деятельности предприятия;

4) конкурентоспособность продукции (работ, услуг);

5) уровень технического, финансового и социально-экономического состояния предприятия;

6) эффективность использования всех видов ресурсов предприятия.

В качестве научно-практических рекомендаций по совершенствованию методики оценки конкурентоспособности производственного потенциала шахт предлагается сгруппировать перечень основных показателей (индикаторов), характеризующих потенциал развития и конкурентоспособность угледобывающего предприятия. Это позволит руководителям и экономистам получать наиболее точные результаты анализа и оценки уровня конкурентоспособности шахты в условиях ограниченного информационного пространства.

Практическое использование алгоритма метода оценки конкурентоспособности с использованием групп показателей (индикаторов), характеризующих потенциал развития производства, предусматривает выполнение следующих этапов графо-аналитических операций.

1-й этап. Формирование системы показателей (индикаторов) в качестве основы для оценки конкурентоспособности производственного потенциала предприятий отрасли.

С учетом специфики угольной промышленности для анализа и оценки современного уровня конкурентоспособности шахты предлагается использование следующих групп показателей (индикаторов), характеризующих потенциал развития угледобычи:

а) группа технико-экономических показателей, характеризующих потребительные свойства угольной продукции (например, среднегодовая зольность добытого угля, среднегодовая зольность отгруженной угольной продукции, цена одной тонны товарной угольной продукции в действующих ценах и т.д.);

б) группа социально-экономических показателей (среднесписочная численность рабочих по добыче угля, годовой объем товарной угольной продукции и др.).

2-й этап. Установление экспертным путем для каждого показателя (индикатора) его удельного веса (доли) в общей (суммарной) оценке

конкурентоспособности предприятий отрасли при условии, что сумма удельных весов индикаторов будет равна единице.

3-й этап. Выбор достаточного (презентативного) для объективной оценки конкурентоспособности количества предприятий – ближайших конкурентов на отраслевом рынке.

4-й этап. Построение на основе полученной информации таблицы (матрицы) оценки уровня конкурентоспособности предприятий отрасли.

5-й этап. После установления общих рангов предприятий-конкурентов, отражающих состояние потенциала развития и современный уровень их конкурентоспособности в отрасли, определяется предприятие-лидер и предприятие-аутсайдер.

6-й этап. Определение диапазона отставания между позициями предприятия-«аутсайдера» и предприятия-«лидера» на отраслевом рынке.

7-й этап. Расчет коэффициента конкурентоспособности единицы продукции предприятий-конкурентов.

8-й этап. Определение интервала радиуса «круга лидеров» (и, аналогично, «круга аутсайдеров») предприятий отрасли

9-й этап. Установление границ зон позиционирования предприятий-конкурентов на отраслевом рынке («круг лидеров», «зона ожидания нападения», «зона неиспользованных возможностей», «круг аутсайдеров»).

Пример графической интерпретации конкурентной позиции на отраслевом рынке угольной продукции шахт – обособленных подразделений в составе ГП «ДУЭК» и ГП «Макеевуголь» (по данным отчетов за 2017-2019 г.г.) представлен на рис.1. Как видно из рис.1, в «круг лидеров» из состава конкурирующих шахт – обособленных подразделений ГП «ДУЭК» и ГП «Макеевуголь» входит угледобывающее предприятие-«лидер» ОП «Шахта им. А.А. Скочинского» ГП «ДУЭК», общий ранг оценки конкурентоспособности которого 1,2.

Шахты, имеющие расчетные рейтинги 3,25 (ОП «Шахта им. Челюскинцев» ГП «ДУЭК»); 3,4 (ОП «Шахта Ясиновская-Глубокая» ГП «Макеевуголь»); 3,5 (ОП «Шахта Калиновская-Восточная» ГП «Макеевуголь») и 3,65 (ОП «Шахта им. М.И. Калинина» ГП «Макеевуголь»), соответственно, попадают в «круг аутсайдеров» предприятий отрасли.

Таким образом, результаты проведенного анализа и оценки конкурентных позиций шахт, входящих в состав ГП «ДУЭК» и ГП «Макеевуголь» в качестве обособленных подразделений, с использованием укрупненных групп показателей (индикаторов), характеризующих потенциал развития угледобывающего производства (материально-технические параметры, характеристики потребительных

свойств угольной продукции и др.), дают основания для следующих выводов.

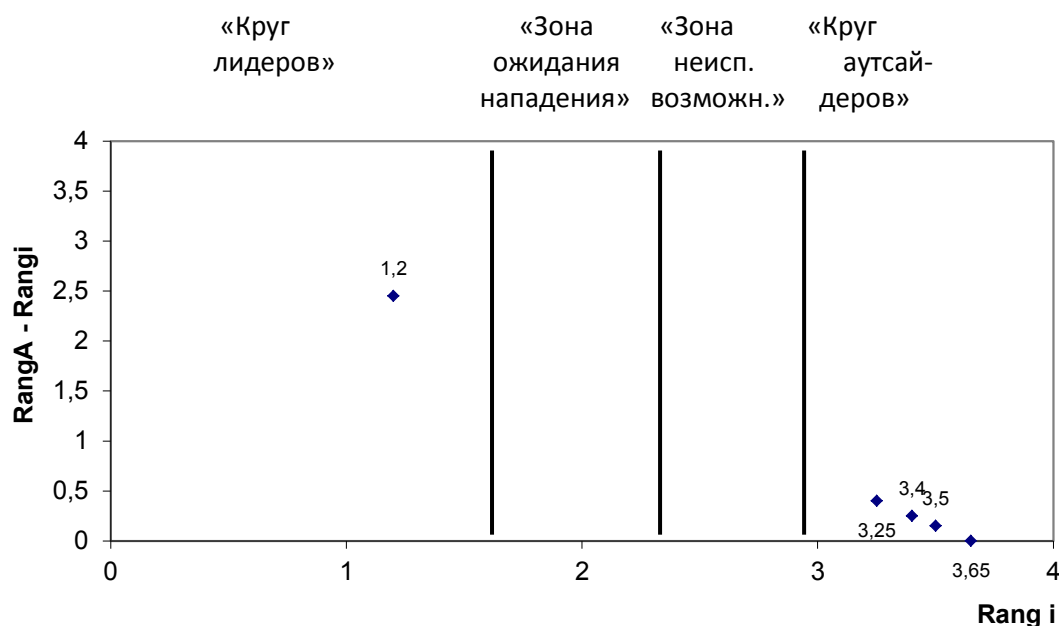


Рис.1. График конкурентных позиций шахт – обособленных подразделений в составе ГП «ДУЭК» и ГП «Макеевуголь»

Главной проблемой функционирования и развития угледобывающего производства остается усиление негативного влияния горно-геологических факторов (большая глубина залегания угольных пластов, уменьшение мощности угольных прослоек, высокая температура в горных выработках, обводненность месторождений и др.) на процессы угледобычи и воспроизводства производственного потенциала, а также особая роль технико-технологической и социально-трудовой составляющих производственно-хозяйственной деятельности шахт.

С целью развития производственной базы и поддержания основных фондов на должном уровне, обеспечения выполнения производственных заданий, снижения затрат и повышения качества угольной продукции руководству угледобывающих предприятий необходимо качественно развивать материально-технические, структурно-функциональные, социально-трудовые и прочие элементы производственного потенциала шахт. Это обуславливает исключительное внимание руководителей разных уровней к эффективному управлению технологическими и организационными изменениями, в том числе – к алгоритмам определения и использования потенциальных возможностей развития производства.

Поэтому планирование эффективного развития производственного потенциала не только шахты-«лидера», но и ее конкурентов должно предусматривать:

- технико-технологическое обновление, реконструкция и модернизация производственных мощностей;
- проведение маркетинговых исследований и мероприятий по оздоровлению финансового состояния производства (совершенствование системы ценообразования, проведение санации низкорентабельных производственных подразделений, привлечение инвестиций и т.п.);
- управленческие инновации в области трудовой занятости и мотивации персонала предприятий и т.д.

Выводы. Таким образом, повышение конкурентоспособности производственного потенциала предприятий целесообразно рассматривать как долгосрочный поэтапный процесс поиска и реализации оптимальных управленческих решений во всех сферах хозяйственной деятельности, с учетом отраслевых особенностей.

Теория и практика экономического анализа в производственной сфере непосредственно связаны с повседневным выбором основных методов оценки факторов (условий), оказывающих наиболее существенное влияние на уровень конкурентоспособности в текущем и долгосрочном периодах.

Также актуальной проблемой остается поиск универсальных методов оценки конкурентоспособности субъектов хозяйствования, использование которых в процессе планирования и контроля результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятий дает минимальные погрешности (отклонения).

Практическое внедрение организационно-управленческих мероприятий, направленных на ускорение научно-технологического развития производства, способно обеспечить повышение уровня конкурентоспособности производственного потенциала предприятий, что будет стимулировать рост эффективности работы не только отдельной отрасли экономики, но и в целом народного хозяйства региона.

Список использованных источников

1. Коваленко А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях / А.И. Коваленко // Современная конкуренция. – 2013. – №6(42). – С.65-79.
2. Лазаренко Н.В. Формирование условий инновационного развития научно-технологического потенциала региона / Н.В. Лазаренко // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: Материалы II Международной науч.-практ. конф. 6-7 июня

2018, г. Донецк, ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – 269 с. – С.105-107.

3. Поляничкин Ю.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiy>.

УДК 658.152

DOI 10.5281/zenodo.5115721

ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КАПИТАЛА

ИВАНОВА Т. Л.

д-р экон. наук, профессор

МИРСКОЙ С. И.

аспирант

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР*

В статье рассмотрены сущность и особенности использования инвестиционного капитала на современных предприятиях с целью повышения их экономической безопасности. Приведены проблемы и перспективы привлечения инвестиций на предприятиях. Изложены характеристики результатов инвестиционной деятельности, которые позволили определить общий прирост благосостояния от инвестиционной деятельности как совокупность положительных и негативных внешних результативных факторов. Разработаны рекомендации по повышению эффективности использования инвестиционного капитала в условиях промышленного предприятия Донецкой Народной Республики.

Ключевые слова: *экономическая безопасность, промышленное предприятие, инвестиционный капитал, оценка эффективности.*

IMPROVING ECONOMIC SECURITY AND EFFICIENCY OF ENTERPRISES THROUGH SOUND INVESTMENT CAPITAL

IVANOVA T. L.

doctor of economics, professor

MIRSKOI S. I.

graduate student

*SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR*

The article examines the essence and features of the use of investment capital in modern enterprises in order to increase their economic security. The problems and prospects of attracting investments at enterprises are presented. The characteristics of the results of investment activities, which made it possible to determine the overall increase in welfare from investment activities as a combination of positive and negative external productive factors, are stated. Recommendations for improving the efficiency of using investment capital in an industrial enterprise of the Donetsk People's Republic have been developed.

Keywords: *economic security, industrial enterprise, investment capital, efficiency assessment.*

Постановка проблемы. Решение проблемы повышения экономической безопасности предприятий тесно связано с развитием инвестиционной сферы, активизация которой способствует технологической модернизации, созданию новых производств, появлению дополнительных рабочих мест, созданию и коммерциализации новых конкурентоспособных продуктов. Инвестиционная деятельность является залогом развития как отдельного предприятия, так и экономики государства в целом. В Донецкой Народной Республике экономика развивается в условиях длительной экономической блокады, затяжного военного конфликта и жёсткого политического противостояния, в силу чего требует значительных инвестиционных средств на восстановление промышленно-технологического комплекса и активизации инвестиционных процессов в различных сферах народного хозяйства.

Формирование механизмов повышения эффективности использования инвестиций на предприятиях Республики представляют особый интерес и важность в период экономических и политических трансформаций, поскольку именно эта сфера деятельности является социально значимой и позволяет повысить экономическую безопасность предприятий. Одним из решающих условий экономического роста и качественного развития предприятия является финансирование прогрессивных инвестиционных проектов.

Вопросы теоретической и практической значимости исследования вышеприведённых проблем, их недостаточная изученность, необходимость поиска путей эффективного использования инвестиционного капитала на предприятиях с целью повышения их экономической безопасности являются крайне актуальными для исследования в настоящее время.

Анализ исследований и публикаций. Проблемам повышения экономической безопасности предприятий и эффективности инвестиционной деятельности посвящены научные труды отечественных и зарубежных ученых, в частности: И.А. Бланка, Т.Л. Ивановой, Л.М. Волощенко, Мешкова А.В, И.В. Липсица, Ю.В. Макогона, Архипова А.Б, Волковой М.Н., Дж.К. Гелбрейта, Дж.М. Кейнса, Дж.Б. Кларка, Ф. Котлера, А. Лаффера, П. Массе, Д. Норткотта, И.Ф. Пономарева, М. Портера, П. Самуэльсона, [1-9].

Однако современные условия диктуют необходимость проведения дальнейших научных разработок в области развития и совершенствования направлений повышения экономической безопасности предприятий посредством эффективного использования инвестиций.

Цель статьи - развитие теоретических положений и разработка практических рекомендаций по повышению эффективности использования инвестиций для обеспечения экономической безопасности предприятий.

Изложение основного материала. Современную эпоху отличают наличие множества новых факторов, макроэкономических вызовов и рисков, которые приводят к непредсказуемым и неравновесным состояниям национальных экономик, встроенных в неустойчивый мировой порядок [4 с. 28].

Понятие экономической безопасности для отечественной экономики является относительно новым. В частности, впервые в Российской Федерации на законодательном уровне термин «безопасность» был закреплён федеральным Законом «О безопасности» в 1992 году. Согласно Закону, *безопасность* – это состояние защищённости жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз [10]. Данный термин тесно связан с производным от него и чрезвычайно важным понятием – экономическая безопасность, которое рассматривается на макро- и микроэкономическом уровнях исследований. Генезис сложного и многоаспектного понятия «экономическая безопасность предприятия» не является предметом изучения данной работы. Приведём его базовое определение, от которого будем отталкиваться для исследований в этой

научной статье. *Экономическая безопасность предприятия* (ЭБП) представляет собой такое состояние защищенности всех имеющихся производственных ресурсов предприятия от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечивается его стабильное и устойчивое функционирование, обеспечивающее поддержание конкурентоспособности и достижение стратегических императивов развития в настоящем и будущем периодах. Подход к исследованию предприятия в контексте *устойчивости и адаптивности* его социально-экономической системы является современным и эффективным инструментом проведения объективного и обоснованного микроэкономического анализа. Он может быть использован для оперативного реагирования на возможные риски и угрозы, а также активного противодействия возникающим экономическим и политическим вызовам и шокам, которые имеют экзогенный (внешний) и эндогенный (внутренний) характер. Безусловная ценность подхода устойчивости и адаптивности состоит в том, что на его основе возможно провести научный анализ, который позволяет разработать механизм выявления потенциальных угроз, сфер, степени и каналов их распространения, а также упредить и предотвратить негативное воздействие факторов на предприятие. Прибегнем к посылу, согласно которому инвестициям и инвестиционной деятельности отведём важнейшую роль в концепции экономической безопасности предприятий, и проведём исследование этой темы.

Под инвестиционной деятельностью будем понимать процесс вложения инвестиций в практическую деятельность предприятия с целью получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта, являющегося важнейшим источником обеспечения оптимального уровня экономической безопасности. Следует отметить, что предложенная нами дефиниция в целом соответствует взгляду международного научного сообщества на содержание понятия инвестиционной деятельности как процесса вложения ресурсов (благ, имущественных и интеллектуальных ценностей) в предпринимательскую деятельность с целью стабилизации экономической безопасности и получения прибыли в процессе функционирования предприятия. В контексте экономической безопасности следует учитывать, что инвестиционная деятельность носит затратный и рискованный характер. Прежде всего, инвестиции представляют собой затраты, или средства, которые необходимо вложить в производство и которые только в будущем окупятся. Далее, невозможно предугадать ход развития событий для инвестора, вследствие чего всегда существует вероятность частичной или полной

утраты вложенного капитала, воплощаемого в инвестиционных рисках. Постулируем, что инвестиционная деятельность предприятий всегда связана с различными видами рисков, классификацию наиболее значимых и специфичных из которых можно представить в виде блок-схемы, которая представлена на рис. 1.

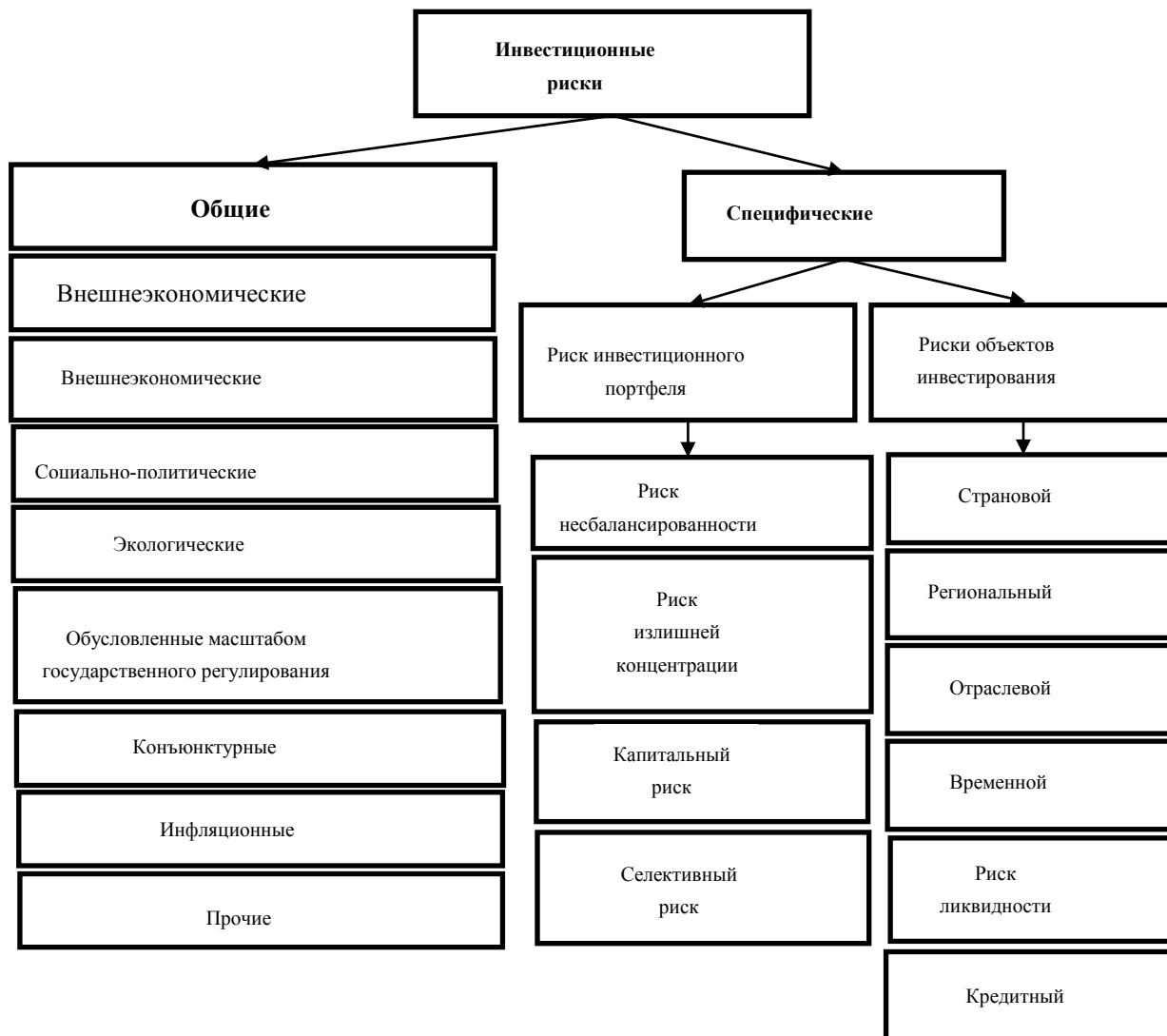


Рис. 1. Инвестиционные риски, влияющие на эффективность инвестиционной деятельности и экономической безопасности

Инвестиционный капитал, упомянутый выше, выступает неотъемлемой составляющей инвестиционной деятельности и является системообразующим фактором инвестиционного процесса [11]. Под инвестиционным капиталом будем понимать вложение собственных средств предприятия или средств, мобилизованных им посредством внешних займов, в бизнес-процесс с целью повышения стоимости объекта инвестирования за счет приобретения новых мощностей или модернизации уже существующих. Эта категория характеризует не только качественный и количественный аспект инвестиций, поскольку

учитывает не только объём инвестиций, но и время, риск получения дохода от инвестиционной деятельности, характер инвестиционных затрат, информационное обеспечение для принятия решений, которые в совокупности являются предпосылками повышения экономической безопасности предприятия.

Подчеркнём, что для развития отечественной экономики в настоящее время как никогда требуется кардинальное повышение уровня инвестиционной безопасности как фактора производства и ведущей составляющей агрегатной экономической безопасности. *Инвестиционная безопасность* – это защита инвестиционного капитала хозяйствующих субъектов и способность экономических систем создавать новые механизмы реализации инвестиционных процессов, движения денежных потоков в инновационные проекты, а также страхования рисков, связанных с инвестициями.

Оценка уровня безопасности вложений – сложная процедура, трудно реализуемая в длительном периоде. Это обусловлено отсутствием общеизвестных стандартизированных критериев, на основе которых возможна достоверная оценка факторов риска и параметров устойчивости и динамику которых сложно предвидеть в количественном выражении. В то же время при планировании инвестиционного процесса эти факторы нельзя игнорировать. Есть два уровня факторов: макро- и микроэкономический. Каждый из них, в свою очередь, имеет ряд системообразующих и частных элементов, универсальных для любого инвестиционного проекта, а также характерных только для этого проекта.

Макроэкономические факторы зависят от историко-политической и социально-экономической ситуации в стране, республике или на данной территории, а также их инвестиционного потенциала. Микроэкономические факторы определяются на уровне предприятия, зависят от его организационной структуры, имущественного потенциала, финансовых возможностей, предпочтений при выборе инвестиционной стратегии. При определении факторов инвестиционной безопасности очень важно определить их пороговые значения. Пороговые значения следует оценивать на основе постоянного мониторинга со стороны финансовых служб промышленных компаний. Такой мониторинг позволяет выявить динамику и направления инвестиционных процессов, степень эффективности инвестиционной политики, а также инвестиционную безопасность компании как компоненту экономической безопасности. Пороговые значения подразумевают предельные значения, превышение которых ведет к сокращению инвестиционного капитала и в конечном счёте – к регрессивному развитию промышленных предприятий. Расчет реальных и пороговых значений факторов может

изменяться, корректироваться, но их сравнительный анализ необходим для решения задач обеспечения безопасности вложений.

Рассмотрим содержание и последовательность этапов инвестиционной деятельности по разработке и внедрению инвестиционного проекта в составе информационно-аналитического обеспечения, оценки возможностей реализации проекта, прединвестиционной стадии и управления его реализацией.

Информационно-аналитическое сопровождение процесса инвестиционного проектирования включает:

- анализ и прогнозирование социально-политической и общеэкономической ситуации и перспектив ее развития во внешней среде предприятия;

- исследование рынков сбыта продукции, сырья и материалов, а также прогноз их динамики;

- анализ ключевых параметров инвестиционного проекта на соответствие реальным характеристикам отрасли и компании (предприятия).

Оценка возможности реализовать проект, в свою очередь, предусматривает такие этапы, как:

- анализ и прогноз финансового состояния предприятия;

- управление финансовыми потоками.

Прединвестиционная подготовка необходима для:

- создания соответствующей инфраструктуры и логистики для мониторинга денежных потоков, обеспечения безопасности материальных и финансовых потоков;

- оценки надежности партнеров и создание системы противодействия влиянию криминальных структур.

Управление реализацией инвестиционного проекта предполагает:

- управление и контроль за реализацией проекта на всех этапах его осуществления для своевременного реагирования на форс-мажорные ситуации в случае нарушения планового развития проекта;

- выработку предложений по адекватному реагированию на изменение внешнеполитической и социально-экономической ситуации как факторов влияния на инвестиционный проект и оперативную корректировку проекта, вплоть до его полной реорганизации.

Инвестиции создают основу для непрерывного развития предприятия, результаты их использования становятся источником средств для новых капитальных вложений, в силу чего инвестиции, эффективный рост и экономическая безопасность представляют собой звенья одной цепи и тесно коррелированы между собой. Ключевым условием достижения экономической безопасности предприятия является

инвестирование необходимого объема средств в инновационные проекты [12].

Инвестиционная стратегия, или стратегия формирования инвестиционных ресурсов, как элемент системы обеспечения экономической безопасности включает четыре этапа:

- определение общего размера инвестиционных ресурсов, необходимых для достижения целей экономической безопасности;
- изучение возможностей формирования инвестиционных ресурсов за счет различных источников;
- определение способов финансирования отдельных инвестиционных программ и проектов;
- изучение возможностей оптимизации структуры источников инвестиционных ресурсов.

Донецкая Народная Республика является молодым государством, которое на сегодняшний день не имеет законодательства, регулирующего деятельность инвесторов любого рода, хотя процесс по его подготовке и имплементации в практику осуществляется [13].

Завершение формирования нормативной правовой базы в области налогового, кредитного, валютного, таможенного регулирования инвестиций предоставит стабильным инвесторам благоприятные условия для повышения экономической эффективности предпринимательской деятельности.

В свою очередь, повышение эффективности использования инвестиционного капитала представляет собой весьма важный аспект формирования экономической безопасности и положительных перспектив развития предприятия. Под экономической эффективностью использования инвестиций подразумевается способность предприятия извлекать максимум прибыли из всех находящихся в его распоряжении ресурсов.

Планируя инвестиционные вложения, предприятие должно учитывать важнейшие факторы, которые могут повлиять на ожидаемый результат принятого инвестиционного решения. Данные факторы делятся на общеэкономические, отраслевые и такие, которые возникают непосредственно на уровне предприятия. На рис. 2 представлена структурно-логическая схема факторов влияния на результат принятого инвестиционного решения. Насколько удачно выбрана та или иная стратегия, можно будет сделать вывод при расчете показателей эффективности вложения инвестиций.

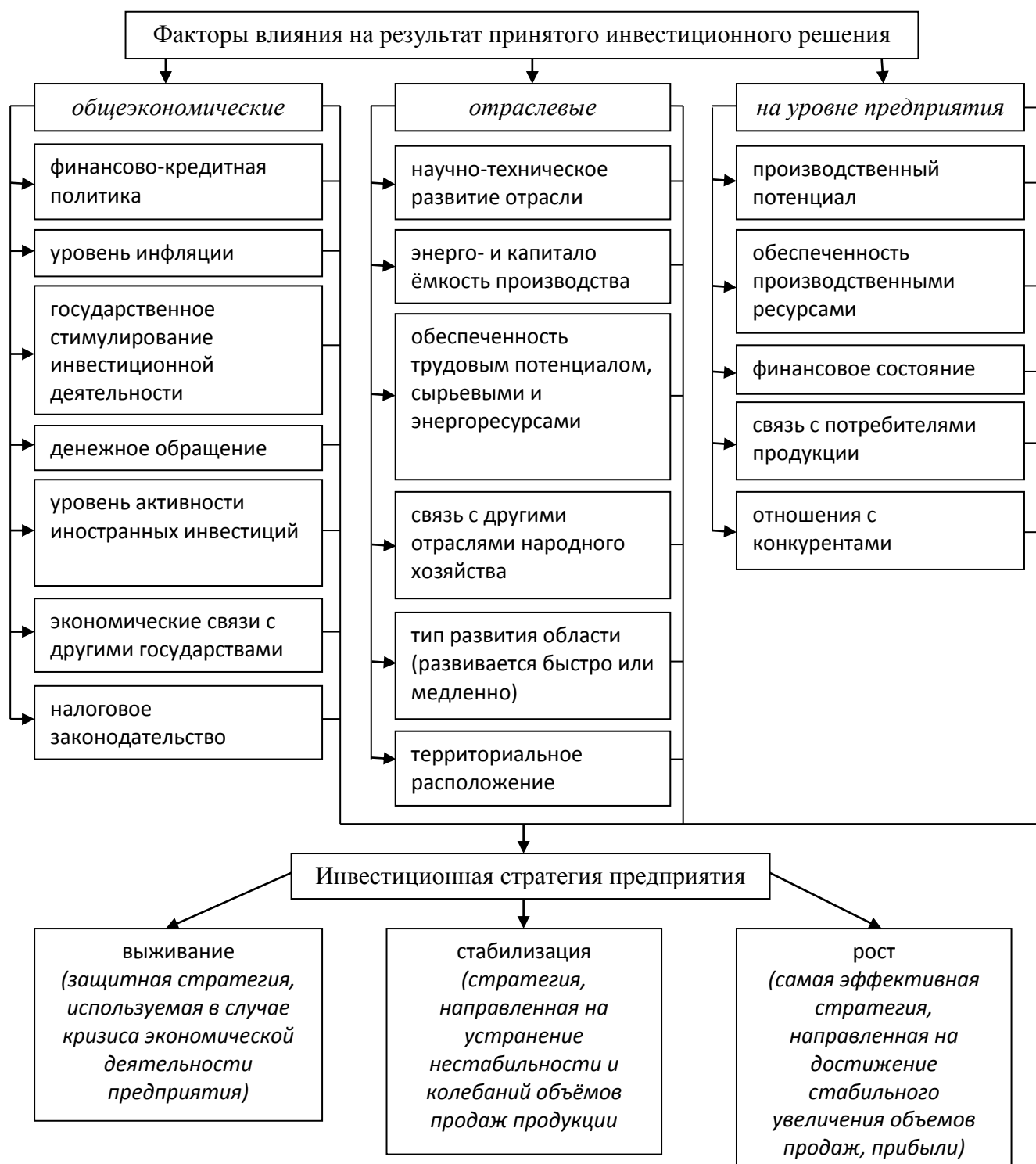


Рис. 2. Структурно-логическая схема факторов влияния на результат принятого инвестиционного решения

Наиболее существенное влияние на эффективность инвестиционных вложений оказывают группы факторов, определяющих структуру и длительность инвестиционно-воспроизводственных процессов, эффектообразующую способность экономических методов управления (рис. 3).

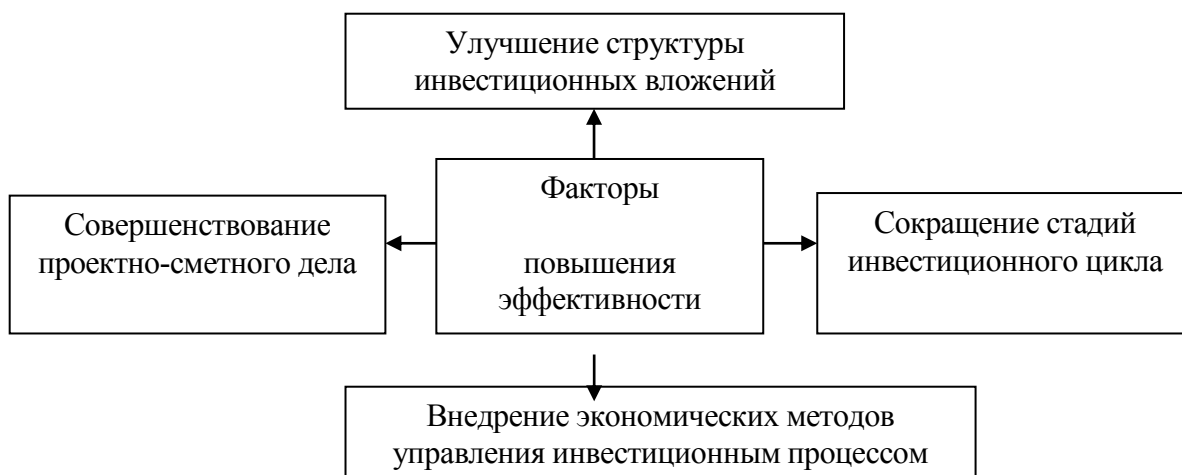


Рис. 3. Основные организационно-экономические факторы повышения эффективности использования инвестиционных вложений

Эффективность стратегии инвестиционной безопасности предприятия и, как следствие, эффективность производственных вложений прежде всего связана с прогрессивностью их элементно-технологической и воспроизводственной структуры. С увеличением доли инвестиций на обновление активной части основных средств происходит пропорциональное увеличение доходности. Такие действия вызывают экономическое обоснование размера капитальных затрат на приобретение производственного (технологического) оборудования для конкретного инвестиционного проекта. Особенно важно обратить внимание на оптимизацию воспроизводственной структуры инвестиций. Практическая реализация таких действий может быть связана с решением двух основных задач:

1) увеличение относительного объема инвестиций, направленных на возмещение, или простое воспроизводство, стоимости машин и оборудования по сравнению с общей суммой накопленного амортизационного фонда;

2) установление рациональных пропорций чистых капитальных вложений в различные сферы расширенного воспроизводства основных фондов и формирование необходимой производственной мощности предприятий.

Наиболее перспективные возможности повышения системы экономической безопасности предприятия в рамках эффективности использования инвестиционных вложений связаны с современной организацией проектно-сметной деятельности. Именно в процессе разработки проектов, расширения и реконструкции существующих и строительства новых производственных мощностей используются новейшие достижения в области технических, технологических и

организационных решений, создания новых строительных материалов, современных принципов проектирования и пространственного размещения зданий и сооружений, которые следует использовать так, чтобы реально снизить сметную стоимость всего объема работ.

Для повышения доходности каждой денежной единицы инвестиционных вложений необходимо внедрять существующие экономические методы управления инвестиционными процессами на предприятии, что позволит усовершенствовать технические, технологические и организационные способы реализации инвестиций в рамках системы экономической безопасности предприятий. Эти методы являются неотъемлемой частью общего механизма взаимоотношений между всеми хозяйствующими субъектами, участвующими в инвестиционном проекте, который направлен на повышение безопасности отечественных предприятий.

Необходимо провести сравнительные расчеты, количественно подтверждающие эффективность использования инвестиционного капитала. Основные этапы процесса оценки эффективности должны включать:

- формулировку проблемы, решаемой с использованием инвестиционного капитала;
- набор альтернативных вариантов решения проблемы, на основе которых осуществляется выбор оптимального;
- определение круга субъектов участия в проекте;
- информационное обеспечение набора альтернативных вариантов решения проблемы;
- построение модели инвестиционного процесса;
- расчет показателей экономической эффективности использования инвестиционного капитала.

Целью всего процесса является определение эффективности, который наряду с финансово-экономическими последствиями и результатами инвестиционной деятельности охватывает и социальные. Социальная эффективность может не иметь количественного выражения, однако её можно охарактеризовать количеством созданных рабочих мест, повышением платежеспособности населения, улучшением условий и повышением безопасности труда, улучшением экологии, укреплении государственного и регионального бюджетов за счет увеличения массы налоговых платежей, которые являются важными составляющими процесса обеспечения экономической безопасности предприятия.

Выводы. Научные результаты проведённых в настоящей работе исследований заключаются в рассмотрении сущности и особенностей использования инвестиционного капитала на современных

предприятиях с целью повышения их экономической безопасности и социально-экономической эффективности.

Инвестиционный капитал, инвестиционная деятельность, включающая разработку и реализацию инвестиционных проектов, инвестиционная стратегия представляют собой важнейшие составляющие инвестиционной безопасности предприятия, которая является ключевой в системе общей экономической безопасности предприятия.

Предложены практические рекомендации по повышению эффективности использования инвестиционного капитала на предприятиях в современных условиях хозяйствования, которые базируются на уточненной структурно-логической схеме факторов влияния на результат принятого инвестиционного решения. Формирование рисков и системы макроэкономических и микроэкономических факторов безопасности необходимо для того, чтобы на их основе определить общий прирост благосостояния от инвестиционной деятельности, а также спрогнозировать положительные и негативные внешние эффекты их действия в перспективе.

Установлено, что необходимым условием стабилизации и развития экономики предприятий Донецкой Народной Республики как драйверов роста уровня их экономической безопасности являются достижение эффективности использования инвестиционного капитала и активизация инвестиционной деятельности, обеспечивающие техническое и технологическое перевооружение, производство качественной и конкурентоспособной продукции и выживание повышение предприятий в долгосрочной перспективе.

Список использованных источников

1. Бакиева И.А. Привлечение и использование инвестиций предприятием / И.А. Бакиева, З.Ф. Фахридинов // Молодой ученый. – 2016. – № 7. – С. 769-770.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: учеб. пособие. / И.А. Бланк. – К.: Ника-центр, 2015. – 512 с.
3. Дударева О.В. Эффективность инвестиций в системе экономической безопасности предприятия / О.В. Дударева, В.О. Дахина // Экономинфо. 2018. С. 25-29.
4. Иванова Т.Л. Факторы и показатели устойчивого роста социально ориентированной экономики /Т.Л. Иванова // Вестник Института экономических исследований. 2018. №2. С. 28-38.

5. Архипов А.Б. Экономическая безопасность: оценки, проблемы, способы обеспечения / А.Б. Архипов // Вопросы экономики. – 2015. – №9. – С. 236.

6. Волкова М.Н. Функциональные направления службы безопасности предприятия /М.Н. Волкова // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2015. № 4. С. 144–147.

7. Горбачев Д.В. Комплексный подход к организации деятельности службы экономической безопасности предприятия /Д.В.Горбачев // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2014. № 1. С. 165–170

8. Мешков А.В. Характеристика факторов формирования инвестиционного климата региона в современных социально-экономических условиях /А.В. Мешков, И.А.Бондарева, А.С. Квилинский //Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика», 2016. – № 2(29). – С. 120-134.

9. Норткотт Д. Принятие инвестиционных решений /Д. Норткотт; пер. с англ.; под. ред. А.Н. Шохина. – М.: Банки и биржи, БНИТИ, 2015. – 208 с.

10. Закон РФ «О безопасности» № 2446-1 от 5 марта 1992 года (в ред. Закона РФ от 25.12.92 № 4235-1, Указа Президента РФ от 24.12.93 № 2288).

11. Проблема привлечения инвестиций. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-privlecheniya-investitsiy-i-ih-ottoka-v-ekonomike-rossii> (дата обращения: 09.12.2020).

12. Инвестиционная деятельность предприятия. [Электронный ресурс]. URL: <https://works.doklad.ru/view/aCr1uKmSkVc.html> (дата обращения: 09.12.2020).

13. В парламенте обсудили концепцию законопроекта «Об инвестиционной деятельности в Донецкой Народной Республике» [Электронный ресурс]. URL: <https://dnrsovet.su/v-parlamente-obsudili-kontseptsuyu-zakonoproekta-ob-investitsionnoj-deyatelnosti-v-donetskoj-narodnoj-respublike/> (дата обращения: 09.12.2020).

КОНЦЕПЦИЯ МЕХАНИЗМА МОДЕРНИЗАЦИИ ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ДНР

МАЙБОРОДА С. И.

ведущий инспектор налоговой и таможенной службы МДС ДНР

ЯРЕМБАШ А. И.

д-р экон. наук, доцент

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР*

В статье представлена концепция механизма модернизации таможенного регулирования. Предложены его основные направления, задачи, процессы и мероприятия. Определены целевые индикаторы функционирования и развития таможенной службы.

***Ключевые слова:** таможенное регулирование, модернизация целевые индикаторы, развитие, таможенная служба, таможенный контроль, таможенные услуги*

THE CONCEPT OF THE CUSTOMS REGULATION MODERNIZATION MECHANISM IN THE DPR

MAYBORODA S.I.

leading inspector of the tax and customs service of the MDC DNR

YAREMBASH A.I.

doctor of economics, professor

*SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR*

The article presents the concept of a mechanism for modernizing customs regulation. Its main directions, tasks, processes and activities are proposed. Target indicators of the functioning and development of the customs service have been determined.

***Keywords:** customs regulation, modernization, target indicators, development, customs service, customs control, customs services*

Актуальность. Укрепление и развитие системы государственного управления предусматривает нарастание интенсивности внешнеэкономической деятельности, рост потребностей ее участников и увеличение объема товаропотоков.

Указанные обстоятельства обуславливают необходимость модернизации процессов функционирования таможенных органов. Таможенное регулирование затрудняется криминализацией

внешнеторговой деятельности, осложненной недостаточно эффективным взаимодействием таможенных, налоговых и правоохранительных органов, не всегда готовых к адекватному реагированию на таможенные нарушения и преступления.

Кроме того, не применяются, в полной мере, международные стандарты, регламентирующие применение таможенных торгово-логистических технологий, не задействуется, в должной степени, информация о системах ценообразования, торгово-промышленной специализации и тенденциях торгово-экономического развития зарубежных стран.

Перечисленные факторы приводят к снижению эффективности таможенного регулирования, провоцируют недобросовестную конкуренцию, способствуют проникновению некачественных импортных товаров на отечественный рынок и т.д.

В связи с вышесказанным, необходимость решения проблемы формирования новых подходов к таможенному регулированию, повышающих эффективность функционирования таможенных органов, в соответствии с лучшим международным опытом, в интересах государства и общества, представляется актуальной научной задачей.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию существующих проблем таможенного регулирования и поиску путей решения вопросов повышения качества таможенных услуг, посвящены работы многих российских и зарубежных ученых. Особый интерес представляют работы Е.Ф. Авдокушина, С.С. Алексеева, М.Б. Алиева, С.В. Д.Ершова, П.Ю. Колесникова О.В. Калинина, А.Д. Листопад, Р.К. Раджабова, Д.В. Стаханова, Д.Н. Хайман, Г.Н. Чмель, А.Н. Яцушко и др.

Однако направления и способы решения задачи разработки эффективного механизма таможенного регулирования, отвечающего современным условиям ведения внешнеэкономической деятельности, остаются не до конца исследованными.

Цель статьи заключается в определении и обосновании направлений модернизации государственного таможенного регулирования.

Изложение основного материала исследования. Концепция модернизации механизма государственного таможенного регулирования должна быть направлена, прежде всего, на соблюдение интересов государства.

При этом предусматриваются: повышение эффективности таможенных операций; инновационное развитие таможенных технологий; внедрение методов тарифного и нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности и формирование оптимальных

условий для всех ее участников; обеспечение экономической безопасности государства путем формирования и реализации превентивного комплекса мер по реагированию на внешние и внутренние экономические угрозы.

Графически, концепция механизма модернизации таможенного регулирования представлена на рисунке 1.

Реализация указанной концепции предусматривает решение ряда основных задач:

- формирование и реализация комплекса мер, обеспечивающих надежный контроль тарифного регулирования;
- осуществление контроля размера и правомерности налоговых льгот;
- разработка уполномоченными государственными органами исполнительной власти мероприятий, направленных на повышение эффективности таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности (ВЭД);
- поддержка инновационной сферы, способствующей модернизации и технологическому развитию государства;
- обоснование и принятие решений о выпуске товаров с помощью расширенной, систематизированной информационной базы, с использованием информационных ресурсов органов исполнительной власти и Центрального банка;
- формирование и реализация механизмов предварительной информационной поддержки;
- внедрение электронных форм декларирования;
- совершенствование технологии проведения таможенных операций, обеспечивающих осуществление действенного государственного контроля в пунктах пропуска на госгранице;
- применение субъектно-ориентированного подхода в рамках СУР;
- модернизация таможенных технологий в соответствии с положениями таможенного оформления и таможенного контроля, путем упрощения (оптимизации) контрольных процедур с учетом функционирования Таможенного союза;
- расширение практического применения технологии удаленного выпуска товаров;
- внедрение методов принятия решения о выпуске товаров в автоматическом режиме, предусматривающих автоматизацию процессов таможенного контроля;
- при таможенном электронное декларирование товаров для ускорения таможенных операций;
- совершенствование системы управления рисками (СУР), при условии формирования необходимой методологической, нормативно-

правовой, и информационно-технической базы, входящую в единую систему управления рисками;



Рис. 1. Концепция механизма модернизации таможенного регулирования

- применение субъектно-ориентированного подхода в рамках СУР;
- категорирование и ранжирование участников ВЭД для обеспечения возможности выборочного таможенного контроля;
- обеспечение прозрачности осуществления таможенных операций;
- сокращение времени и количества документов, необходимых для совершения таможенных процедур;
- оптимизация системы запретов и ограничений в части перечней подконтрольных товаров, как объектов таможенного контроля;
- предотвращение и пресечение международной торговли контрафактной продукцией;
- расширения перечня объектов интеллектуальной собственности, подлежащих защите таможенными органами;
- расширения полномочий таможенных органов по пресечению правонарушений в сфере интеллектуальной собственности;
- совершенствование таможенного законодательства, регулирующего создание и функционирование особых экономических зон, путем его приведения в соответствие с международными таможенными стандартами;
- обеспечение межведомственного электронного взаимодействия для обеспечения контроля за перемещением товаров и транспортных средств через государственную границу;
- введение электронного информационного обмена с Центральным банком для развития системы валютного контроля.

В настоящем исследовании предложены следующие направления модернизации таможенного регулирования:

1. Модернизация таможенного администрирования

В современных условиях, механизм таможенного администрирования должен приобретать принципиально новые формы.

В ДНР модернизацию таможенного администрирования предлагается осуществлять путем внедрения в практику технологий, отвечающих современным требованиям, а именно:

- внедрение предварительного информирования о ввозимых товарах;
- использование полнофункциональной модели СУР, на базе актуализированной ценовой информации о ввозимых товарах, с учетом динамики изменений рыночной конъюнктуры, на момент проведения соответствующей процедуры таможенного контроля;
- обеспечение возможности осуществления электронного декларирования товаров и представления необходимых документов;

- развитие инфраструктуры приграничных субъектов ДНР, предусматривающее обустройство таможенно-логистических терминалов в зонах таможенного контроля), осуществляемых на принципе государственно-частного партнерства;

- снижение транспортной нагрузки на приграничные населенные пункты, вызванной возрастающим объемом внешнеторгового оборота, что предусматривает осуществления таможенных процедур с учетом видов транспорта;

- обеспечение строгого контроля за взиманием, в полном объеме, обязательных к уплате таможенных платежей, при условии возможности подачи таможенной декларации любому уполномоченному таможенному органу.

Для достижения главной стратегической цели администрирования таможенных платежей – дополнительного пополнения доходной части государственного бюджета, в запланированном объеме, необходимо решение ряда тактических задач, решение которых приведет к дополнительному увеличению доходной части государственного бюджета, что позволит увеличить стабильность национальной экономики и, в конечном итоге, будет способствовать ее успешной интеграции в мировое экономическое пространство:

- обеспечение своевременной и полной уплаты установленных таможенных платежей;

- эффективное противодействие сокрытию налоговой базы участниками ВЭД;

- недопущение использования, при расчете таможенных платежей, недостоверной информации;

- активное применение, при необходимости, методов выборочного таможенного контроля.

Реализация указанного направления требует выполнения следующих мероприятий:

- определение стратегических направлений администрирования таможенных платежей:

- концентрация таможенных органов на приоритетных направлениях контроля за таможенными платежами;

- переход от проведения «тотального» таможенного контроля к концепции управления рисками и выявления участников ВЭД, входящих в категорию повышенного риска неуплаты таможенных платежей;

- совершенствование организации и технологии межведомственного взаимодействия таможенных органов с другими органами государственной власти и управления;

- усиление информационно-аналитического обеспечения правоохранительной деятельности таможенных органов;
- унификация таможенных документов и развитие системы электронного декларирования товаров.

Реализация указанных мероприятий должна быть ориентирована на следующие целевые индикаторы:

- снижение максимального времени прохождения таможенных операций (до 2 часов);
- доведение доли электронных деклараций на товары до 100%;
- снижение доли декларирования ввезенных товаров до 65 %;
- уменьшение количества документов, требуемых для таможенных целей, до 4 штук;
- снижение случаев несоблюдения установленных ограничений, а также нарушений валютного законодательства при помещении товаров под таможенные процедуры до 11 %;
- рост результативности контроля за валютными операциями при перемещении товаров через таможенную границу до 25%.

2. Совершенствование таможенного контроля

Модернизация таможенного регулирования в ДНР предполагает ее адаптацию к рыночным условиям ведения ВЭД и использование наиболее эффективных методов управления бизнес-процессами в системе государственного управления. В этих условиях необходимо совершенствование таможенного контроля, представляющего собой инструмент, обеспечивающий достижение стоящих перед таможенными органами стратегических целей, тактических задач в рамках критериев, ориентированных на конечный результат.

Таможенный контроль является неотъемлемым элементом единой системы таможенного регулирования и предусматривает создание необходимого методологического и правового обеспечения.

Функционирование унифицированной системы таможенного контроля, позволит государству, путем реализации таможенной политики, формировать и эффективно использовать инструменты (в т.ч. и финансовые) повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и создавать условия для их инновационного развития.

Основными целями таможенного контроля являются:

- создание условий, при которых деятельность, связанная с нарушениями таможенного законодательства, станет экономически нецелесообразной;
- оптимизация сокращения времени проведения таможенных операций;

- осуществление непрерывного контроля на всем протяжении таможенной цепочки: от подачи предварительной информации о товаре, перемещаемом через государственную границу до его выпуска;

- формирования благоприятных условий для развития внешней торговли.

Для достижения означенных целей необходимо решение следующих взаимосвязанных задач:

- совершенствование нормативно-правовой базы регламентирующей осуществление таможенного контроля;

- унификация процесса таможенного контроля в рамках таможенного законодательства;

- формирование и регулярное пополнение информационной базы, позволяющей принимать обоснованные решения о выборе объектов для таможенного контроля и планировании таможенных проверок;

- формирование методологической базы таможенного контроля на основе применения инструментов стандартизации и методов аудита проверочной деятельности для;

- совершенствование механизма организации таможенных проверок на базе межведомственного сотрудничества и скоординированного взаимодействия государственных органов исполнительной власти, таможенных, налоговых и правоохранительных органов;

- развитие международного взаимодействия таможенных служб;

- унификация форм таможенного контроля, организации и проведения таможенных проверок.

При этом целевыми индикаторами могут служить:

- сокращение времени обработки до 10-15 мин. за счёт пересмотра технологии работы пунктов пропуска;

- предварительное таможенное декларирование товаров вместо предварительного информирования о товарах *in* в 25% случаев.

3. Содействие развитию интеграционных процессов и развитие международного сотрудничества

Взаимодействие таможенных органов иностранных государств, и иных международных организаций, занимающихся вопросами таможенного дела и борьбой с международной преступностью, осуществляется с целью улучшения условий для международной внешнеэкономической деятельности (ВЭД), в соответствии с международными стандартами, обеспечивающими соблюдение таможенного законодательства.

Достижение этой цели требует решения следующих задач:

– активизация участия таможенной службы ДНР в международных экономических институтах, занимающихся вопросами проблемами таможенного регулирования;

– расширение международного сотрудничества правоохранительных подразделений таможенных органов ДНР с аналогичными подразделениями иностранных государств и международными правоохранительными организациями;

– развитие международного сотрудничества с таможенными службами других государств путем создания сети представительств таможенной службы ДНР за рубежом.

Главным целевым индикатором для этого направления является рост количества заключенных соглашений об информационном взаимодействии, сотрудничестве и взаимопомощи в вопросах таможенного регулирования.

4. Совершенствование системы предоставления государственных таможенных услуг.

Принятие Таможенного кодекса Таможенного союза, закрепившего идеологические основы, продиктовало необходимость совершенствование государственных услуг в области таможенного регулирования и администрирования.

Совершенствование системы государственных таможенных услуг, предоставляемых участникам ВЭД, должно быть направлено на расширение номенклатуры, повышение качества, увеличение надежности и оперативности.

Учитывая растущий спрос, совершенствование системы предоставления государственных таможенных услуг предлагается проводить путем решения следующих задач:

– повышение доступности и качества и государственных таможенных услуг;

– создание единой автоматизированной информационной системы таможенных органов;

– обеспечение предоставления услуг и функций в электронном виде, что позволит обеспечить доступность, качество и сокращение сроков предоставления таможенных услуг;

– разработка системы мониторинга качества предоставления государственных услуг в таможенной отрасли.

Реализация мероприятий по этому направлению должна быть ориентирована на:

– увеличение доли участников ВЭД, удовлетворенных качеством предоставления государственных услуг таможенными органами, в общем количестве опрошенных до 70 %;

– увеличение доли государственных услуг, предоставляемых таможенной службой в электронном виде, в общем объеме государственных услуг до 100 процентов).

5. Совершенствование организационно-управленческой деятельности в области таможенного регулирования.

Актуальность совершенствования системы управления таможенной службой ДНР, на современном этапе, обусловлена необходимостью:

а) оптимизации численности управленческого аппарата, его функций и организационной структуры;

б) внедрения автоматизированных систем управления и создания электронной информационной базы,

в) разработки системы принятия рациональных управленческих решений.

Повышение эффективности работы в значительной мере определяется организованностью системы управления, зависящей от ее структуры и деятельности всех элементов.

При этом следует решить следующие задачи:

– достижение оптимального сочетания централизации и децентрализации управления,

– развитие методологического обеспечения управления деятельностью таможенной службы;

– оптимизация нагрузки по основным видам деятельности таможенных органов;

– совершенствование нормативно-правового обеспечения управленческой деятельности в таможенной сфере;

– внедрение международных стандартов в функционирование системы управления качеством;

– формирование организационных механизмов мониторинга и контроллинга деятельности таможенной службы ДНР;

– развитие информационно-аналитической деятельности путем создания программно-технологической базы;

– усиление методологической и аналитической составляющей на всех уровнях управления деятельностью таможенных органов.

Целевым индикатором определено доведение коэффициента эффективности таможенной службы, характеризующего эффективность организационно-управленческой деятельности таможенной службы до уровня, не ниже 90 % ежегодно.

Основные направления и целевые индикаторы совершенствования таможенного регулирования в таможенной службе на 2021-2025 г.г. представлены в таблице 1.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении (по данной проблеме). Основным результатом модернизации таможенного регулирования в ДНР должно быть создание эффективных механизмов таможенной деятельности при перемещении товаров добропорядочными участниками ВЭД, ориентированных на прозрачное ведение бизнеса.

Такие механизмы должны базироваться на повышении качества информационно-аналитической работы таможенных органов и росте эффективности таможенного контроля.

Список использованных источников

1. Колесников П.Ю. Совершенствование таможенных процедур в России на принципах гармонизации и упрощения: дисс. ...канд. экон. наук.: 08.00.05/Павел Юрьевич Колесников. – М.:2007. – 147с.
2. Раджабов Р.К. Региональные особенности развития рынка таможенных услуг. Монография / Р.К. Раджабов. -Душанбе: Ирфон, 2014. – 150с.

УДК: 332.12

DOI 10.5281/zenodo.5113107

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

ВАСИЛЕНКО Д.В.

канд. экон. наук, доцент

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики» Донецк, ДНР*

Поскольку региональный рынок труда – это система, постоянно развивающаяся во времени и экономическом пространстве, то ее состояние, а именно соотношение между численностью наличных трудовых ресурсов и численностью занятого трудоспособного населения в экономике региона, должно находиться в состоянии равновесия, баланса. Однако динамизм регионального рынка труда вносит свои коррективы, и желаемое равновесие ключевых его элементов становится лишь

краткосрочным явлением. На результативность его функционирования влияют многообразие факторов как внутренней, так и внешней среды, в связи с чем состояние регионального рынка труда в реальности является далеким от идеального (соответственно ситуация неуравновешенности является абсолютно нормальным явлением).

Ключевые слова: экономика, труд, региональный рынок труда, развитие, территория, регион

THE ROLE OF THE REGIONAL LABOR MARKET IN MODERN SOCIETY

VASILENKO D.V.

*candidate of economic sciences, associate professor
SEI SVE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic» Donetsk, DPR*

Since the regional labor market is a system that is constantly evolving in time and economic space, its state, namely, the ratio between the number of available labor resources and the number of employed working-age population in the economy of the region, should be in a state of equilibrium, balance. However, the dynamism of the regional labor market makes its own adjustments, and the desired balance of its key elements becomes only a short-term phenomenon. The effectiveness of its functioning is influenced by a variety of factors, both internal and external, in connection with which the state of the regional labor market in reality is far from ideal (accordingly, the situation of unbalance is absolutely normal).

Keywords: economy, labor, regional labor market, development, territory, region

Актуальность. Учитывая фактор времени, для характеристики состояния регионального рынка труда в долгосрочном периоде следует применять категорию «сбалансированность». Рассмотрим, какие точки зрения существуют относительно сбалансированности рынка труда.

Анализ последних исследований и публикаций. «Сбалансированный (равновесный) рост экономики предполагает согласованную динамичность ее структурных элементов, которая подчинена развитию экономики как целостной системы» [1, С. 16]. Соответственно, сбалансированность характеризует согласованное развитие экономических процессов. При этом их полное согласование невозможно, поскольку всегда будет наблюдаться некоторое отклонение, но в пределах сохранения устойчивости экономики.

Таким образом, экономика будет развиваться сбалансированно, если она не накапливает новые диспропорции и своевременно

преодолевают имеющиеся. Существует подход, согласно которому «сбалансированность (пропорциональность) – такое состояние хозяйства страны, при котором обеспечивается его устойчивое, динамичное, поступательное развитие в соответствии с общественной стратегией и общественных приоритетов» [2, С. 175]. В связи с этим важными видятся значение и место целеустремленности в обеспечении сбалансированности хозяйства. Подтверждением этому может быть утверждение о том, что «сбалансированность – это такое состояние региональной экономики, при котором региональные пропорции находятся в равновесии» [3].

Так, по мнению И. Горленко, Л. Руденко, С. Малюка, Н.П. Лебедь, «сбалансированность – это процесс воспроизводства определенных пропорций, которые обеспечивают стабильное состояние в каждый отдельно взятый момент с целью достижения прогресса развития, его возвышения» [4, С. 11]. И. Вахович отмечает: «сбалансированность предусматривает сбалансированное распределение финансовых ресурсов региона на социальные, экономические и экологические цели в соответствии с потребностями, интересами и тенденциями развития каждой из сфер» [5, С. 87]. Т. Галушкина, В. Реутов и Л. Кочаровская утверждают, что «сбалансированность – это пропорциональность, баланс – количественное соотношение между элементами системы, определяющее сохранение ее качественных характеристик» [6, С. 72].

С другой стороны, рычагом достижения сбалансированности в условиях директивного управления экономикой было усреднение эффективности производства всех продуктов при централизованном распределении ресурсов. Такая сбалансированность, по мнению отдельного производителя, имела характер принудительной сбалансированности [7, С. 22].

Среди ученых-практиков распространенным является взгляд на сбалансированность рынка труда через его компоненты [8, С. 42]. К компонентам рынка труда относятся: субъекты рынка труда; экономические программы, решения и юридические нормы, принятые субъектами; рыночный механизм (спрос и предложение рабочей силы, цена рабочей силы, конкуренция); безработица и социальные выплаты, связанные с ней; рыночную инфраструктуру [26, с. 14]. По утверждению авторов, все компоненты рынка труда призваны в совокупности обеспечить сбалансированность спроса и предложения рабочей силы. Взаимодействие всех компонентов рынка нацелено на создание и поддержание баланса интересов всех субъектов рынка труда.

Целью статьи выступает определение роли регионального рынка труда в современном обществе.

Изложение основного материала исследования. Взаимодействие и согласование разнообразных интересов работодателей и трудоспособного населения, желающего работать по найму на основе информации, получаемой в виде изменений цены труда, происходит с помощью механизма обеспечения сбалансированности рынка труда, основными элементами которого являются спрос на труд, предложение труда, цену труда и конкуренцию.

И. Маслова определяет сбалансированность не только через количественную и качественную пропорциональность в распределении человеческих ресурсов, но и подчеркивает динамичность данного процесса. Кроме того, она выделяет целесообразность рассмотрения сбалансированности в трех плоскостях: производственной, воспроизводственной и личной, каждая из которых имеет свои количественные и качественные составляющие [9, С. 58].

Таким образом, под сбалансированностью регионального рынка труда следует понимать рациональное (приближенное) соотношение между основными элементами регионального рынка труда. Сбалансированность регионального рынка труда предполагает равенство спроса и предложения для каждого структурного элемента, что является идеальным условием сбалансированности, которую можно рассматривать только в теоретическом аспекте. В связи с тем, что предложение рабочей силы в значительной мере обусловлено процессом ее воспроизводства, можно говорить о наличии прямой связи между воспроизводством и сбалансированностью. Для достижения сбалансированности рынка труда следует влиять на процесс воспроизводства рабочей силы. На практике в современных условиях достичь равенства между спросом и предложением нереально, поэтому наиболее целесообразно приближать спрос к предложению, или наоборот.

В изложенном определении присутствует понятие «рациональное» (в переводе из латинского языка *rationalis* – разумный, целесообразный). В повседневной жизни рациональность применяется по отношению к поведению, что означает разумное отношение к жизни. Именно с такой позиции – как рациональное поведение субъектов регионального рынка труда, и в первую очередь первичных – работодателя и работника, путем создания соответствующих правил и условий осуществления их взаимоотношений и взаимодействия, – будет проведен анализ рационального соотношения спроса и предложения.

Накопленный научный задел в рассматриваемой области свидетельствует о том, что существует многообразие мнений относительно интерпретации понятия «рациональное поведение».

Обобщенно можно поделить позиции ученых на несколько подходов. Сторонники первого подхода такое поведение человека рассматривают с позиции имеющихся возможностей, причем каждый раз из этих возможностей выбирается та, которая максимально соответствует поставленной цели. В этом случае наиболее точно подходит этимологические понятия термина «рациональный» как «целесообразный», то есть это целесообразная деятельность, направленная на достижение поставленной цели, исходя из заданных ограничений и наличных возможностей. Такой подход отражен в философских трудах немецкого ученого М. Вебера, в которых действия индивида делились на целое-рациональные и ценностно-рациональные, то есть соответствие средств избранным целям индивида. Наиболее определенно такая позиция получила свое развитие в трудах Р. Коуза. В частности, следует отметить тезис, что «современная институциональная экономическая теория должна изучать человека таким, какой он есть на самом деле, в рамках ограничений, налагаемых реальными институтами. Современная институциональная экономическая теория-это экономическая теория, которой ей следовало бы быть» [10, С. 39].

Вышеизложенная позиция ученых, когда человек, как рациональный экономический субъект достигает поставленной цели путем принятия оптимального решения, на основе точного учета полученного массива информации, максимизации собственной выгоды и минимизации степени риска, нивелирует границу между рациональным экономическим поведением и оптимальным поведением индивида.

Другой подход к исследованию рационального поведения субъектов, основоположником которого является американский экономист, профессор психологии и информатики Г. Саймон, заключается в том, что основные критерии рациональности раскрываются с позиции ограниченной рациональности, которая имеет место наряду с реальной рациональностью, основанной на совершенной информации, и процедурной рациональности, которая определяет, что выработка решений на основе полученной информации делает поведение субъекта рациональной [11, С. 18].

Согласно концепции ограниченной рациональности, на поведение субъектов экономических отношений влияет внешнее окружение, например, социальная, политическая, экономическая среда, и ситуация, в которой оказываются субъекты, при этом они могут вести себя более или менее продуманно и взвешенно. Важное значение для поведения субъектов имеет время. Если в конкретный промежуток времени поведения работодателя и работника были рациональными, разумными,

то со временем разумность и рациональность по определенным критериям, например, по параметрам квалификации, профессионализма, опыта, стажа работы и др. приводят к расхождению интересов субъектов экономических отношений, что, в свою очередь, влечет снижение эффективности экономического поведения участников диалога.

Таким образом, ограниченная рациональность является наиболее приемлемой моделью человеческого поведения, на основе которой выстраиваются модели поведения работника и поведения работодателя через сближение их экономических интересов, и, как следствие, сближение спроса и предложения.

Приведенное выше трактовки понятия «сбалансированности» как экономической категории не исключает разного, более детального трактования этого понятия в составе словосочетания «обеспечение сбалансированности». Исходя исключительно из терминологического характера понятий «обеспечение» и «сбалансированность», сущность указанной консолидированной группы слов раскрывает процесс, который гарантирует рациональное (приближенное) соотношение между основными элементами регионального рынка труда.

В достижении сбалансированности важную роль будут выполнять такие аспекты: структурная сбалансированность, что возникает как следствие неравномерности потоков на рынке труда; временная сбалансированность рынка труда, что достигается путем планирования отдельных потоков на рынке труда (окончания студентами учебных заведений; призыв в ряды вооруженных сил и увольнение в запас; время окончания отпусков по беременности и родам и др.).

Повышение сбалансированности рынка труда может происходить по разным направлениям: в рамках движения рабочей силы путем ее «перелива» между отраслями, городами, регионами, а также с помощью миграции; путем согласования потребностей рынка труда с системой образования и предпринимательскими структурами; на основе использования теории гибкого рынка труда.

Приведенные определения демонстрируют связь сбалансированности с устойчивостью – понятием, заимствованным из математики и физики, в частности из теории систем. С точки зрения системного анализа, устойчивость – это способность системы сохранять динамическое равновесие под постоянным воздействием внешней и внутренней среды [12, С. 286]. Разнообразие определений и динамичность отношений на региональном рынке труда предусматривают нестабильность, изменчивость, возникновение диспропорций, ликвидация которых возможна путем сопоставления численности рабочей силы с объемами спроса (количества рабочих мест,

которых было бы достаточно для лиц, нуждающихся в оплачиваемой работы), установление соответствия между профессионально-квалификационными, половозрастными характеристиками рабочей силы и потребностями производства, на что влияет согласованное взаимодействие регионального рынка труда, рынка образовательных услуг, направленного на удовлетворение меняющегося спроса работодателей; установление пропорций между стоимостью рабочей силы и ее ценой.

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что длительное время находиться в состоянии равновесия рынок труда не может, поскольку его функционирование постоянно осуществляется под воздействием комплекса внутренних и внешних факторов, поэтому важно определить показатели устойчивости регионального рынка труда.

Критерии параметров устойчивости системы регионального рынка труда характеризуют эффективность противодействия регионального рынка труда воздействиям факторов внутренней и внешней среды, и то, как скоро она возвращается к состоянию равновесия. Если рассмотреть ситуацию, когда под влиянием факторов внешней среды региональный рынок труда был выведен из состояния равновесия, то есть увеличивается уровень безработицы. Региональный рынок труда вернется в состояние равновесия, если соотношение числа трудоустроенных безработных и общей численности безработных будет приближаться к 1. Среди основных показателей, характеризующих этот процесс, можно назвать следующие.

Движение рабочей силы в регионе определяется числом тех, кто прибыл и выбыл по отраслям экономики региона за год. С целью оценки движения рабочей силы рассчитывается коэффициент оборота по прибытию и коэффициент оборота по выбытию рабочей силы, которые необходимо постоянно сопоставлять для определения эффективности функционирования рынка труда. Диапазон значений указанных показателей находится в пределах от 0 до 100%.

Если $K_{выб} \approx K_{приб} \approx 0$, это свидетельствует о высокой устойчивости регионального рынка труда и, соответственно, о его эффективном функционировании. Если заданные показатели равны 0, это свидетельствует о полной занятости в системе.

Если $K_{приб} > K_{выб}$, это значит, что в исследуемой отрасли создаются новые рабочие места, и рынок функционирует эффективно.

Если $K_{выб} > K_{приб}$, это свидетельствует о наличии кризисных явлений на рынке труда.

При $K_{выб} \approx K_{приб} \approx 100\%$ на региональном рынке труда наблюдается значительная текучесть рабочей силы, и система функционирует неэффективно [12, с. 200].

Для оценки параметров устойчивости рынка труда можно применять коэффициент замещения рабочей силы. Он определяется как отношение числа трудоустроенных работников к числу уволенных за период по отдельным отраслям или по экономике региона в целом. Область значений данного показателя находится в пределах от 0 до 1 [13, С. 200].

Коэффициент постоянного состава рабочей силы региона определяется как отношение численности работников, проработавших весь отчетный период, к списочной численности работников на конец периода. Область значений этого показателя находится в пределах от 0 до 1. Если этот коэффициент равен 1, это свидетельствует о высокой степени устойчивости регионального рынка труда и его эффективности, если приближается к 0 – наоборот.

Средняя продолжительность поиска работы в регионе отражает средний период времени, который требуется рынку труда, чтобы вернуться к состоянию равновесия. Для измерения данного показателя определяется продолжительность безработицы (ПБ) – время пребывания в качестве безработного в службе занятости, что измеряется в человеко-днях, исходя из данных о дате регистрации безработного и дате снятия его с учета по причине трудоустройства. На основе этого показателя определяется средняя продолжительность безработицы (СПБ) граждан за год в регионе как отношение общей продолжительности безработицы (ОПБ) к численности трудоустроенных безработных. Значение показателя может находиться в интервале $[0; \infty]$. Если $СПБ=0$ – отсутствие безработных, $СПБ=\infty$ – отсутствие трудоустроенных граждан. Чем ближе значение средней продолжительности безработицы до нуля, тем более результативно функционирует региональный рынок труда.

Если система находится в состоянии равновесия, то ее можно считать устойчивой и можно ограничиться тремя группами критериев. Предложена система критериев оценки результативности функционирования регионального рынка труда, которая разработана с учетом доступности статистической информации.

Для оценки функционирования рынка труда конкретного региона не обязательно использовать все предложенные критерии. Можно ограничиться одной группой критериев, если не нужен очень глубокий анализ рынка труда. В случае, когда необходимо провести сбор и анализ информации относительно соотношения спроса и предложения рабочей силы, уровня оплаты труда, систем материального и нематериального стимулирования, применяемых в компаниях ближнего (отраслевого)

профиля с учетом их регионального расположения, прогнозирования изменения ситуации и принять своевременное решение относительно корректировки состояния рынка труда, то есть когда необходима всесторонняя и полная диагностика регионального рынка труда, то применяются критерии всех четырех групп. В случае, если значения фактически рассчитанных показателей отличаются от желаемых или нормативных, то, вероятнее всего, региональный рынок труда потребует государственного вмешательства.

Критерии параметров равновесия дают возможность органам государственной власти и статистики оценить степень достижения системой своей главной цели – состояния равновесия. Для принятия решения о необходимости государственного вмешательства в функционирование регионального рынка труда необходимо вычислить критерии устойчивости системы. Если региональный рынок труда не способен самостоятельно вернуться к состоянию равновесия, то необходимо производить меры государственного воздействия на него с целью стабилизации ситуации [14, С. 407].

Эффективность государственного регулирования регионального рынка труда можно определить путем сравнения значения показателей предложенных характеристик рынка труда до и после государственного вмешательства. Оценить сбалансированность регионального рынка труда можно с помощью системы показателей, которые сгруппированы в соответствующие блоки показателей и которые складываются и рассчитываются Главным управлением статистики конкретной области, городским отделом статистики и горрайонными центрами занятости (таблица).

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении. Таким образом, вышесказанное позволяет сделать ряд выводов. Во-первых, в обобщенном виде региональный рынок труда рассматривается как единое пространство действия рыночных механизмов, на котором происходит взаимодействие двух главных субъектов – наемных работников и работодателей. Одновременно разнообразие предлагаемой рабочей силы и рабочих мест порождает дифференцированность такого рынка. Фактически в современных экономических условиях рынок труда является неоднородным и состоит из множества секторов, сегментов, отличающихся друг от друга различной степенью автономности, сбалансированности, уравновешенности, устойчивости.

При этом традиционные подходы к сегментации регионального рынка труда нужно сочетать с субъективными характеристиками, а именно: типами поведения, степени профессиональной

самоопределенности, мотивацией к труду, отношением к труду, удовлетворенности трудом и многими другими.

Таблица – Система показателей для характеристики сбалансированности регионального рынка труда

<i>Критериальные признаки</i>	<i>Показатели</i>
Критерии параметров состояния регионального рынка труда	совокупное предложение на региональном рынке труда, в том числе соответственного отраслевого направления
	структура предложения
	совокупный спрос на рабочую силу, в том числе соответствующего профессионального направления
	структура спроса
	нагрузка на одну свободную вакансию
	текущий спрос на рабочую силу, в том числе соответствующего профессионального направления и по видам экономической деятельности
	текущее предложение на региональном рынке труда, в том числе соответствующего профессионального направления и по видам экономической деятельности
	уровень заработной платы (среднемесячный, среднегодовой)
	численность занятых в общей численности постоянного населения
	удельный вес занятых в общей численности постоянного населения
	структура занятого населения в гендерном аспекте
	общая численность незанятых
Критерии параметров развития регионального рынка труда	уровень занятости и безработицы
	коэффициенты роста и темпы прироста показателей, характеризующие состояние рынка труда
	миграционный прирост (убыль) населения
Критерии параметров сбалансированности/равновесия регионального рынка труда	число лиц, прошедших переобучение и повысивших квалификацию за год
	численность незанятого населения по возрасту
	численность безработного населения по возрасту
	численность незанятого населения по уровню образования
	численность безработного населения по уровню образования
	общая численность безработных
	уровень совокупной сбалансированности местного рынка труда
Критерии параметров устойчивости регионального рынка труда	уровень текущей сбалансированности местного рынка труда
	средняя продолжительность безработицы
	продолжительность поиска работы
	коэффициент оборота рабочей силы

Во-вторых, возникает объективная потребность в комплексном подходе, который бы учитывал структурные особенности экономики, развития местной территории и культурно-исторических условий. На

таком пространственном уровне необходимо взаимодействие учреждений образования, служб занятости, работодателей.

В-третьих, региональный рынок труда является открытой динамичной социально-экономической системой, характеризуется параметрами, которые отражают качества составляющих элементов системы: целостность и обособленность элементов, адаптивность, инерционность и прочее. Основными характеристиками регионального рынка труда являются состояние, развитие, равновесие и устойчивость.

В-четвертых, функционирование регионального рынка труда следует оценивать по многим критериям. Под критерием следует понимать признак, на основании которого осуществляется классификация. Количественной характеристикой определенного признака показатель. Исходя из рассмотренных характеристик регионального рынка труда, предложена система критериев его функционирования, которая консолидирована в группы: критерии параметров состояния регионального рынка труда; критерии параметров развития регионального рынка труда; критерии параметров равновесия регионального рынка труда; критерии параметров устойчивости регионального рынка труда.

Список использованных источников

1. Золотарев, В.В. Сбалансированность экономики и устойчивость ее роста /В.В. Золотарев // Экономика и право. – №4. (Вопросы теории и практики хозяйствования). – 2006. – С. 16–24.

2. Кушлин, В.И. Государственное регулирование рыночной экономики: учебник для вузов /В.И. Кушлина, Н.А. Волгина. – М.: ОАО «НПО «Экономика»», 2000. – 735 с.

3. Ковалевский, В.В. Размещение производительных сил : курс лекций /В.В. Ковалевский. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/762/26/> (дата обращения: 24.04.2021).

4. Горленко, И.А. Сбалансированное экономическое социальное и экологическое развитие территории (экономико-географические аспекты) / И.А. Горленко, Л.Г. Руденко, С.Н. Малюк, Н.П. Лебедь – К., 1991. – 56 с.

5. Вахович, И. М. Финансовая политика устойчивого развитияу региона: методология формирования и механизмы реализации: монография / И.М. Вахович. – Луцк: Надстир'я, 2007. – 496 с.

6. Галушкина, Т.П. Стратегические векторы региональных трансформационных сдвигов: монография / Т.П. Галушкина, В.Е. Реутов, Л.М. Кочаровская; [под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Т.П.

Галушкиной]. – Симферополь: ПП «предприятие Феникс», 2009. – 320 с.

7. Золотарев, В.В. Сбалансированность экономики и устойчивость ее роста / В.В. Золотарев // Экономика и право. – № 4. (Вопросы теории и практики хозяйствования). – 2006. – С. 16–24.

8. Буланов, В.С. Рынок труда: учеб. / В.С. Буланов, Н.А. Волгина. – М.: Экзамен, 2007. – 479 с.

9. Евлоев, М.Я. Исследование проблем социальной инфраструктуры трудоизбыточного депрессивного региона. (на прим. респ. Ингушетия) автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.э.н. спец. 08.00.05 /Евлоев Магомед Якубович; - Нальчик, 2005. - 22 с.

10. Маслова, И.С. Трудовые ресурсы: эффективность использования /И.С. Маслова, В.М. Москович. – М.: Наука, 1988. – 194 с.

11. Уильямсон, О. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа / О. Уильямсон // THESIS. – 1993. – Т.1. – Вып.3. – С. 39 – 49.

12. Саймон, Г. Рациональность как процесс и продукт мышления /Г. Саймон // THESIS. – 1993. – Вып. 3. – Т.1. – С. 16–38.

13. Игнатьева (Ефимова), Е.А. Система критериев эффективности функционирования региональных рынков труда /Е.А. Игнатьева //Материалы IV международной молодежной научно-практической конференции «Политика и бизнес в меняющемся мире». Обнинск: ГУУ, ФРИДАС. 2004. – с. 198–201.

14. Игнатьева, Е.А. Муниципальные рынки труда: особенности развития /Е.А. Игнатьева //Молодые ученые - Саратовской области: Сборник научных статей. Саратов: ПАГС им.П.А.Столыпина, 2003. – С. 404–408.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОДЕРЖАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ ОСНОВНЫМИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ФОНДАМИ

ЯРКОВА Н. И.

канд. экон. наук, доцент

ПОДГОРНАЯ М. С.

магистрант

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры», г.Макеевка, ДНР

В статье рассмотрены определения таких категорий как «управление», «управленческий процесс», а также взаимосвязь функций управления. Также были определены элементы системы управления основными фондами предприятия.

Ключевые слова: управление, функции управления, система управления основными фондами, элементы системы управления, процедуры анализа, технологии анализа.

THEORETICAL APPROACHES TO THE MAINTENANCE OF THE MANAGEMENT OF MAJOR PRODUCTION FACILITIES

YARKOVA N. I.

candidate of economic sciences, associate professor

PODGORNAYA M. S.

master's degree

*SEI SVE «Donbass National Academy of Construction and Architecture»,
Makeyevka, DNR*

The article discusses the definitions of such categories as "management", "management process", as well as the relationship of management functions. The elements of the enterprise's fixed assets management system were also identified.

Key words: management, management functions, fixed assets management system, elements of the management system, analysis procedures, analysis technologies.

Постановка проблемы. Наличие таких проблем как недостаточность финансирования, экономическая нестабильность в регионе в целом, а также риски, связанные с вероятностью разрушений

приводят к необходимости совершенствования экономической политики строительных предприятий, в частности по качественным и количественным характеристикам оборудования, критериям и показателям их использования. Именно поэтому особое значение приобретает эффективное управление основными производственными фондами предприятий.

Анализ исследований и публикаций. Большой вклад в развитие теоретико-методологических основ управления основными фондами сделали как отечественные, так и зарубежные ученые: В.И. Бакай, Д.А. Баюра, А.А. Гавриш, В.Г. Герасимчук, В.В. Дергачева, Н.А. Дугиенко, В.Е. Кантор, И.Л. Лебединский, С.Ф. Покропивный, С.А. Солнцев, Г.М. Тарасюк, А. Файоль, Г.В. Шедловский.

Цель статьи. Определить сущность управления, его функции во взаимосвязи, а также элементы системы управления основными фондами с целью повышения эффективности их использования.

Изложение основного материала. В экономической литературе процесс управления рассматривается как последовательность действий, которые логически связаны, чтобы обеспечить достижение поставленных целей путем преобразования ресурсов на «входе» системы в продукцию или услуги на «выходе». Под процессом управления следует понимать также серию взаимосвязанных действий, которые воплощают функции менеджмента. В этих определениях сделан акцент на непрерывном и целенаправленном характере процесса управления, который осуществляется аппаратом управления организации, а также его связи с функциями, целями и ресурсами, необходимыми для их реализации. Управление, по словам Ф. Друкера [1], это «особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и производительную группу».

В системе управления различают организацию управления, управленческий процесс, инструменты управления, стиль управленческой работы. Организация управления состоит из организации подразделений в области управления и их взаимосвязью с подчиненными подразделениями и между собой. Управленческий процесс – это последовательность взаимосвязанных актов управленческой деятельности. Взаимосвязанные виды деятельности образуют единые функции, цепи которых создают цепи отдельных управленческих процессов. Стиль управленческой деятельности связан с личностными качествами работников аппарата управления.

По определению А. Файоля управлять – означает вести предприятие к цели, пытаясь наилучшим образом использовать его

ресурсы [2]. Ученый также разработал четырнадцать принципов управления.

Управление – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, которые необходимы для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации [3]. Процесс управления состоит из четырех взаимосвязанных функциональных подходов:

а) планирование – предполагает решение о том, какими должны быть цели организации и что должны делать члены организации, чтобы достичь этих целей. Планирование – это один из способов, с помощью которого руководство обеспечивает единое направление усилий всех членов организации для достижения ее общих целей;

б) организация – означает создание определенной структуры, определение того, кто именно должен выполнять каждое конкретное задание;

в) мотивация – это создание внутренней мотивации к действиям, которая является результатом сложной совокупности потребностей, которые постоянно меняются. Для того чтобы мотивация работников происходила эффективно, руководителю необходимо определить, какие же на самом деле потребности работников, и облегчить способ их удовлетворения хорошей работой;

г) контроль – это процесс обеспечения того, что организация действительно достигает своих целей.

Взаимосвязь вышеприведенных подходов приведены на рисунке 1.

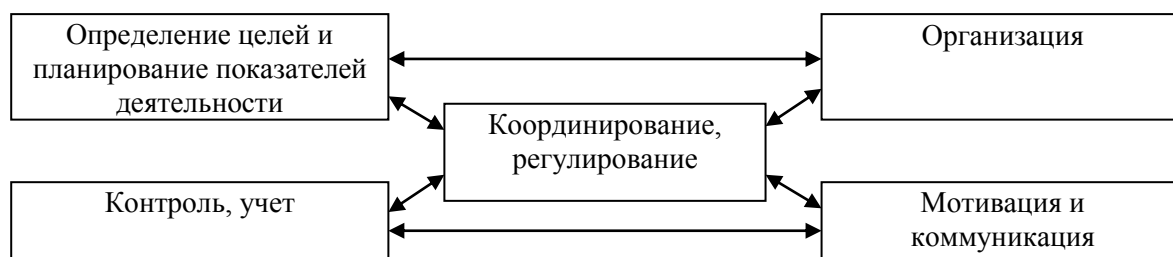


Рис. 1 Схема взаимосвязи функций управления

Объект управления – это производственные ресурсы предприятия. Субъект – трудовой коллектив предприятия и органы управления, которые выполняют различные функции. Процесс управления включает выработку управляющих воздействий на объект управления, исходя из критериев эффективности деятельности. Цель системы – достижение рационального уровня производственно-экономических показателей деятельности предприятия.

Принятие и реализация системы управления возможна на основе действующей структуры управления через службы, выполняющие

соответствующие функции управления: учет – бухгалтерия, планирование – планово-экономический отдел, производство и оперативное управление - производственные подразделения во главе с руководителями. Процесс управления и контроля отражено на рис. 2.

Управленческое решение – это сконцентрированный показ процесса управления на заключительном этапе. Такое решение – своеобразная формула управленческого воздействия на определенный объект, соответствующий ряду требований.

Главными является обоснованность, четкость формулировок, реальность осуществления, своевременность, экономичность, эффективность. Важным условием положительного воздействия решения на работу организации является согласованность с теми решениями, которые принимались ранее – как по вертикали, так и по горизонтали управления.

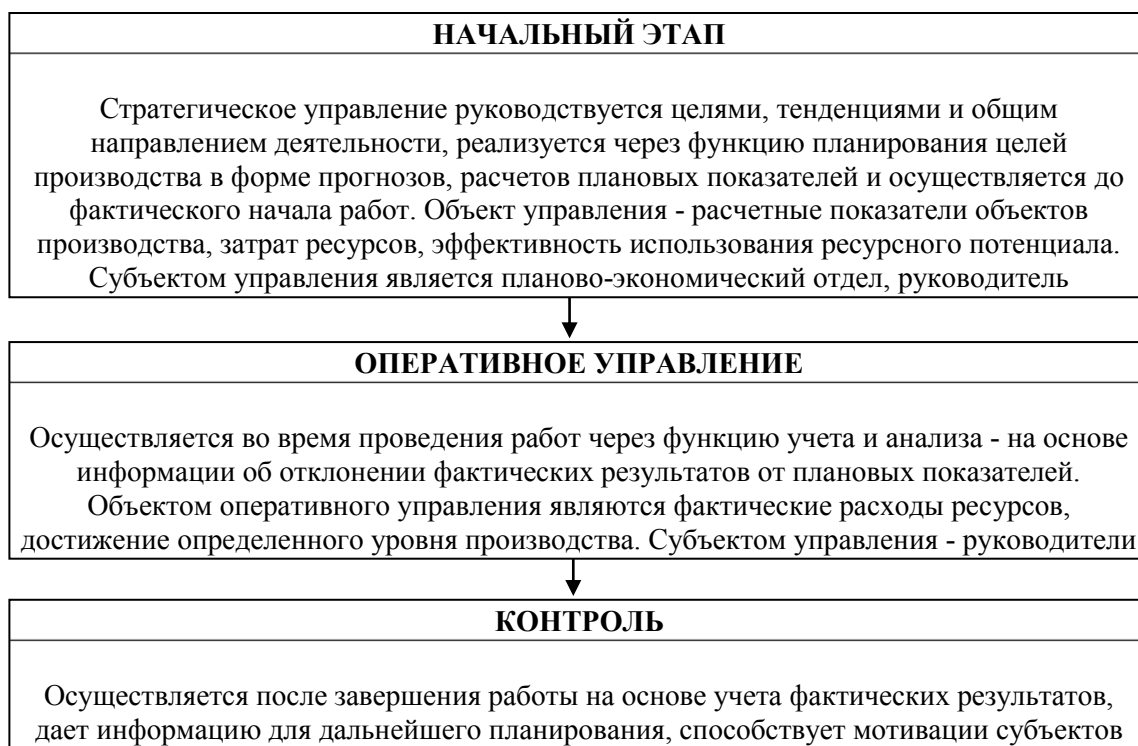


Рис. 2. Схема взаимосвязи стратегического и оперативного управления

Единого мнения среди ученых относительно определения понятия «Управление основными фондами» нет. Проанализируем, что в это понятие вкладывают разные ученые (табл. 1).

В определении Шедловского Р.В. не указан, с какой целью должна формироваться политика, Колесов А. рассматривает под управлением только увеличение производственной мощности без закупок нового оборудования, Наконечный Б.В. особое внимание уделяет моральному износу, Кунц Г. и О'Доннел С. сосредоточили внимание на минимизации

затрат на содержание и обслуживание основных фондов, а Фальцман В.К. и Крылатых Э.М. рассматривают только объем и структуру с целью выбора оптимального варианта обновления.

Таблица 1 – Анализ понятия «управление основными фондами»

Определение	Автор и источник
Формирование политики интересов использования и воспроизведения основных фондов	Шедловский Р. В. [4]
Методология, позволяющая увеличить производственную мощность предприятия исключительно за счет использования передовых информационных технологий, не прибегая к закупкам нового оборудования	Колесов А. [5]
Сводится к тому, чтобы обеспечить восстановление и повышение эффективности их использования. При этом необходимо учитывать, что основные фонды подвергаются не только физическому износу, но и, что особенно важно, моральному износу, когда практически еще новые машины или оборудование дают низкие показатели по сравнению с только созданными. Моральный износ, прежде всего, касается активной части основных производственных средств и в меньшей степени пассивной части	Наконечный Б. В. [6]
Целью является обеспечение максимально эффективного использования при минимальных затратах на их содержание и обслуживание	Кунц Г., О'Доннел С. [7]
Создание необходимых объема и структуры основных средств и обеспечения выбора оптимального варианта их обновления	Фальцман В.К., Крылатых Е.М. [8]

Система управления основными фондами включает следующие элементы (рис. 3) [9].

1. Объективные законы управления предприятием, производством и отдельными ресурсами, привлекаемых в производство. Принципы управления основными фондами: целеустремленность, системность, непрерывность, взаимозависимость, постоянство, единовластие, принятие во внимание в процессе управления потребностей и интересов работников, экономичность, постоянное развитие организации.

2. Аппарат управления (персонал). На малых и средних предприятиях, как правило, не назначают сотрудников, деятельность которых полностью посвящена управлению основными фондами, из-за чего этим занимаются работники со значительно более широкими должностными обязанностями, что приводит к отвлечению от своевременного решения насущных проблем с основными фондами и делает невозможным их решения.

3. Цели и задачи управления основными фондами. К целям управления основными фондами принадлежит выпуск конкурентоспособной продукции, своевременная замена физически или морально устаревшего оборудования.

4. Функции управления основными фондами предусматривают выполнение управленцами определенных руководящих действий, а именно планирование, организация деятельности, мотивация и контроль.

5. Методы управления основными фондами: экономические, социологические, организационные.

6. Влияние факторов внешней среды, имеющих наибольшее влияние, среди которых можно выделить: правовые, инновационно-инвестиционная активность, наличие и стоимость финансовых ресурсов, информационная прозрачность рынка и тому подобное.

7. Механизм функционирования системы управления основными фондами.

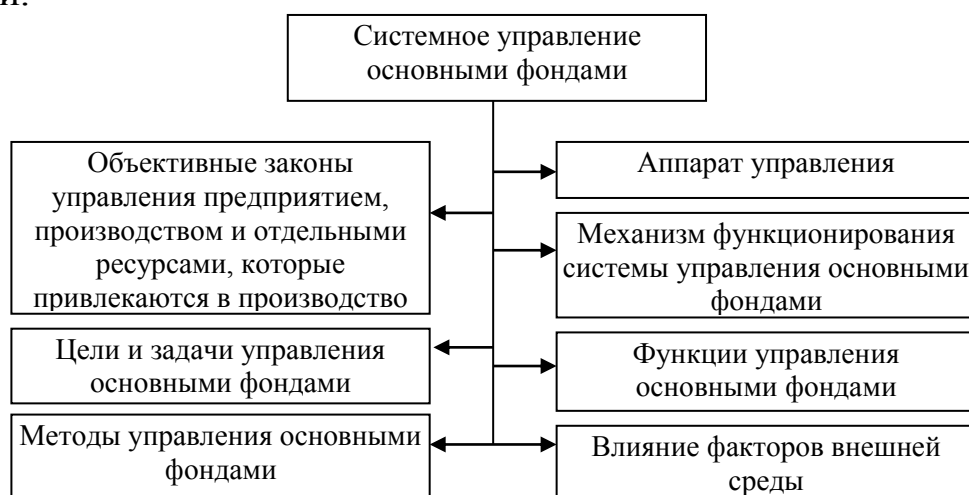


Рис. 3. Элементы системы управления основными фондами

Наиболее часто используются такие процедуры и технологии анализа возникновения негативных событий для понимания их основных причин:

1. Анализ «5-ти почему». Данная стратегия включает рассмотрение проблемы и выяснения «почему» и «что вызвало эту проблему». Часто ответ на первый «Почему» вызывает следующий вопрос «почему» и так далее - обеспечивая основу для анализа «5-ти почему» [10].

2. Барьерный анализ. Метод исследования, который включает отслеживание направлений, по которым объект испытывает негативное влияние и находится в опасности, включая идентификацию любых неудачных или недостаточных мер противодействия, которые могли или должны были предупредить нежелательный результат [11].

3. Анализ изменений. Систематически осуществляется поиск возможного влияния риска и соответствующих стратегий управления риском в ситуациях, в которых происходят изменения. Этот подход используется тогда, когда меняется конфигурация системы,

пересматривается операционная деятельность или политика, будут выполняться новые или виды деятельности и т.д. [11].

4. Причинный анализ дерева факторов. Технология анализа, основанная на фиксации и отображения причинных факторов в логической древовидной иерархии, где отражаются все мероприятия и условия, которые необходимо и достаточно выполнить для получения данного результата [11].

5. Анализ характера и последствий отказов. Технология оценки риска, которая систематически выявляет потенциальные недостатки (отказы) в системе, продуктах или процессах [12].

6. Диаграмма причины и эффекта или диаграмма Исикавы. Она возникла в процессе управления качеством для определения причин отклонений и представляет собой инструмент анализа, который обеспечивает систематический способ изучения эффектов (результатов) и причин, которые вызывают или влияют на них. Внешний вид диаграммы очень напоминает скелет рыбы – отсюда следует ее другое название «Рыбьей кости» [12].

7. Анализ Парето. Статистическая технология в принятии решений, которая используется для отбора ограниченного количества задач, которые оказывают значительное влияние. Используется принцип Парето, идея которого заключается в том, что 20% работы обеспечивают 80% всего полезного эффекта от нее, или в терминах управления качеством - подавляющее большинство проблем (80%) вызваны небольшим количеством причин (20%) [12].

8. Анализ дерева отказов. Нежелательное событие размещается в корне логического дерева. Затем каждая ситуация, которая могла вызвать такой эффект, прилагалась к дереву в виде логических выражений. Когда у дерева отказы обозначены фактическими числами, которые характеризуют их вероятность, как часто недоступные затраты на испытания, компьютерные программы могут рассчитать вероятность отказа в соответствии с деревом отказов [13].

9. Байесовский вывод. Статистический вывод, в котором факты или наблюдения используются для того, чтобы восстановить или заново вывести вероятность того, что гипотеза может быть достоверной. Название происходит от частого использования теоремы Байеса при подготовке выводов [13].

Все эти подходы и методы способствуют выявлению, устранению и предотвращению недостатков, потерь и излишков в организации производства, управления персоналом, техническом обслуживании, системе контроля за качеством, обеспечивает предприятиям значительную экономию времени и ресурсов, способствует ускорению

оборачиваемости активов, улучшению финансовой результативности и рост экономического эффекта.

Итак, управление основными производственными фондами - это процесс формирования и реализации политики обеспечения их рациональной структуры и состояния, повышение экономической эффективности использования в соответствии с возможностями предприятия, динамики изменений в рыночной среде для достижения стратегических целей деятельности [14].

Изменения в организационной структуре предприятия, реализаций функций, нормативно-правового обеспечения приводят к изменениям процесса управления основными производственными фондами, то есть влияют на его эффективность. Сама эффективность управления основными производственными фондами в качестве результата получает изменения в структуре основных производственных фондов и позволяет, таким образом, влиять на их состояние и эффективность использования.

Структурные изменения на уровне предприятия приводят к изменению организационной и производственной структуры с целью удовлетворения спроса потребителей на продукцию. Они являются важным фактором влияния на эффективность управления основными производственными фондами, поскольку адаптируют предприятие к изменению условий функционирования.

Выводы. Проблема структурных изменений и повышения экономической эффективности управления любого производства в экономической науке – всегда важна, актуальна и весома. В любой социально-экономической формации человек и общество в целом постоянно пытались улучшить положение дел в экономике, повысить достигнутые показатели развития, найти пути наилучшего использования производственных ресурсов с целью получения максимально возможных результатов.

Эффективность использования основных фондов предприятия зависит от следующих факторов:

- удельного веса активной части в общей стоимости основных фондов предприятия, поскольку именно активная часть принимает непосредственное участие в изготовлении продукции;
- начальных качественных характеристик оборудования, которые определяют целесообразность установления тех или иных видов машин и оборудования (надежность, долговечность, степень автоматизации, сложность ремонта, конструкционное совершенство и т.п.);
- уровня использования основных фондов (на сколько полно загружены оборудования).

Для определения состояния и эффективности использования основных фондов целесообразно использовать следующие методы:

- анализ состояния, динамики и эффективности использования основных фондов;
- определение потребности в увеличении количества или реконструкции основных фондов исходя из стратегии развития предприятия;
- определение источников финансирования увеличения количества основных фондов.

С целью улучшения использования основных фондов можно рекомендовать использовать следующие подходы:

- планирование и обеспечение рационального количества элементов основных фондов и приобретение их по приемлемой цене;
- обеспечение высоких технико-экономических характеристик;
- планирование и обеспечение целесообразной модернизации и замены оборудования;
- планирование, нормирование и обеспечение необходимого обслуживания и ремонта основных фондов, применение планово-предупредительной системы;
- прогрессивная оплата труда рабочих, материальное стимулирование, улучшение использования и состояния оборудования;
- использование автоматизированных систем управления загрузкой оборудования.

Список использованных источников

1. Друкер П. Эффективное управление: пер. с англ. / П.Друкер. – Москва: ИД «Вильямс», 2008. – 224 с.
2. Файоль А. Общее и промышленное управление [Текст] / А. Файоль; пер. Б.В. Бабина-Кореня с предисл. А.К. Гастева. – Москва: Центральный институт труда, 1923. – 122 с.
3. Мескон М.Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури – Москва: ИД «Вильямс», 2008. – 672 с.
4. Шедловский Р.В. Экономические аспекты использования и воспроизводства основных фондов предприятий строительной отрасли: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 /Р.В. Шедловский; Моск. гос. строит. ун-т. Москва, 2003. – 20 с.
5. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы: учеб. пособ. / Пер. с франц; Под ред. Соколова Я. В. Москва: Финансы; ЮНИТИ, 1997. – 116 с.

6. Наконечний Б.В. Підвищення ефективності управління основними виробничими засобами на підприємстві /Б.В.Наконечний //Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: збірник наукових праць. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – С. 71–76.

7. Кунц Г. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций / Г. Кунц, С. О’Доннел – М.: Прогресс, 1981. – 496 с.

8. Фальцман В.К. Интенсивный курс МВА: Учеб. пособие / В.К. Фальцман, Э.Н. Крылатых – Москва: ИНФРА-М, 2011 – 544 с.

9. Сопин А.Э. Обзор систем управления основными фондами промышленных предприятий для технического обслуживания и ремонта / А.Э. Сопин // Решетневские чтения. – 2018. – Т.2. – С. 304-305.

10. Замбжицкая Е.С. Теория и практика анализа качества на современных металлургических предприятиях / Е.С. Замбжицкая, А.Л.Островский //В сборнике: управление организацией, бухгалтерский учет и экономический анализ: вопросы, проблемы и перспективы развития. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. к 85-летию Магнитогорского государственного технического университета им.Г.И.Носова. Под общ. ред. Т.В. Козловой. – 2019. – С. 69-74.

11. Менеджмент риска. Методы оценки риска: Национальный стандарт Российской Федерации от 1 декабря 2011 № 680-ст / Федеральное агенство по техническому регулированию и метрологии. – М.: Стандартинформ, 2012. – 74 с.

12. Сухова А.Д. Методы анализа и способы минимизации технологических и технических рисков энергопредприятия / А.Д. Сухова, Е.Н. Елизарьева // Бюллетень результатов научных исследований. – 2017. – № 1-2 (22-23). – С. 39-48.

13. Кожомбердиева Г.И. Байесовская логико-вероятностная модель нечеткого вывода: этапы вывода заключений и дефаззификации / Г.И. Кожомбердиева, Д.П. Бураков // Нечеткие системы и мягкие вычисления. – 2019. – Т. 14. – № 2. – С. 92-110.

14. Михайлова Ю.С. Обновление основных фондов предприятия как способ управления предпринимательскими рисками / Ю.С. Михайлова // В сборнике: Актуальные проблемы социально-экономических наук. Материалы II Международной научно-практической конференции: Сборник научных трудов. Научный ред. Ю.В. Мамченко. – 2016. – С. 35-39.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

GERMANCHUK A. N.

д-р экон. наук, доцент

*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г.Донецк, ДНР*

В статье обоснована необходимость логистического подхода к управлению экономическим потенциалом, определены логистические источники получения конкурентных преимуществ для повышения конкурентоспособности экономического потенциала предприятий.

Ключевые слова: *экономический потенциал, логистика, конкурентоспособность.*

LOGISTIC APPROACH TO INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISES

GERMANCHUK A.N.

doctor of economics, associate professor

*SO HPE «Donetsk National University of Economics and trade named
after Mikhail Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR*

The article substantiates the need for a logistic approach to managing economic potential, identifies logistic sources of obtaining competitive advantages to increase the competitiveness of the economic potential of enterprises.

Key words: *economic potential, logistics, competitiveness.*

Постановка проблемы. В настоящее время все большее значение приобретает проблема определения внутренних резервов повышения эффективности функционирования предприятий, решение которой требует формирования адекватных рыночной экономике текущих и перспективных возможностей и перспектив развития экономического потенциала. По мере развития рыночных отношений резервы роста конкурентоспособности потенциала были исчерпаны, что вызвало необходимость поиска новых путей создания конкурентных преимуществ.

Одним из основных источников экономического эффекта и повышения конкурентоспособности экономического потенциала является логистический подход, использование которого позволит обеспечить сокращение объемов запасов и уменьшение времени цикла производственной деятельности, повысить темпы оборачиваемости капитала, обеспечить кардинальные преобразования в системе материально-технического снабжения; вывести на качественно новый уровень управление финансовыми, трудовыми, материальными и информационными потоками предприятия в целях улучшения конечных результатов его производственно-хозяйственной деятельности и обеспечения стабильного положения на рынке.

Анализ исследований и публикаций. Отдельные вопросы исследования конкурентоспособности экономического потенциала рассматривали И.А. Войцеховская [2], А.Ф. Зубрицкий [5], О.В.Израйлева [7], Л.А. Кравченко, А.А. Радько и А.П. Леонов [9], И.А. Сидунов [12], Т.Г. Шешукова и Е.В. Колесень [15], которые внесли существенный вклад в методологию оценки экономического потенциала и выявление источников роста его конкурентоспособности.

Изучением возможностей использования логистики как одного из направлений повышения конкурентоспособности предприятия занимались Л.П. Барышникова [1], Е.А. Гасило [3], Е.В. Дергунова [4], О.Н. Зуева [8], Т.В. Ибрагимхалилова [6], В.С. Лукинский и А.В. Стримовская [10], Н.Г. Плетнева [11], Т.Н. Скоробагатова и Г.Н. Ротанов [13], Е.П. Фазлыева и С.В. Колесников [14]. Рассматривая значительный вклад отечественных и зарубежных ученых в исследование процессов внедрения логистического подхода в деятельность предприятий, следует обратить внимание на практическое отсутствие анализа взаимосвязи логистики с элементами экономического потенциала и возможностей использования логистического подхода в повышении эффективности его использования.

Цель статьи – обосновать необходимость логистического подхода к управлению экономическим потенциалом и определить логистические источники получения конкурентных преимуществ для повышения конкурентоспособности экономического потенциала предприятий.

Изложение основного материала. Впервые практические возможности логистики, как источника создания новых конкурентных преимуществ предприятия на рынке, отметили американские специалисты Пол Конверс и Питер Дракер. Впоследствии их точку зрения разделили такие американские исследователи, как Д.Стик, М.Портер и многие другие, которые считают, что логистика вышла за границы ее традиционного узкого определения и имеет большое значение в повышении конкурентоспособности предприятия на рынке.

Применение логистического подхода в управлении экономическим потенциалом обеспечивает единство и согласованность действий всех функциональных подразделений и требует адаптации к потребностям потребителей продукции предприятия на рынке, что позволяет рассматривать его в качестве основы при использовании материальных, финансовых, трудовых и информационных ресурсов, а его внедрение должно иметь комплексный характер по регулированию потоковых процессов в сфере производства и обращения.

Следует подчеркнуть, что логистический подход создает новые источники конкурентных преимуществ, основанные на низких затратах. По этой причине надлежащие изменения в логистической деятельности влияют на экономические результаты работы предприятия и вносят существенный вклад в повышение конкурентоспособности экономического потенциала (рис. 1). При этом следует отметить, что практика логистики располагает значительным инструментарием, основанным на автоматизации процессов управления материальными, информационными и финансовыми потоками, что и является одним из основных направлений совершенствования отдельных элементов экономического потенциала.

Успешный опыт функционирования ведущих предприятий свидетельствует о стратегически важной роли логистики в современном бизнесе, поскольку потенциал логистики позволяет повысить устойчивость предприятия на рынке, обеспечить сокращение всех видов затрат, связанных с управлением потоками ресурсов, затрат на транспортировку, управление заказами и запасами, уменьшение логистических рисков, а также позволяет высвободить финансовые ресурсы на инвестиции.

Для того, чтобы предприятие смогло обеспечить себе наличие указанных конкурентных преимуществ, оно должна отвечать ряду требований, которые условно можно объединить в две группы:

К требованиям первой группы относятся:

- способность к мониторингу маркетинговой среды с обязательной диагностикой влияния конкурентных сил;
- способность к своевременному выявлению проблем повышения конкурентоспособности предприятия;
- способность к адекватной реакции на требования рынка и действия конкурентов;
- способность к осуществлению логистических нововведений, которые позволяют повысить экономический потенциал предприятия;
- способность к формированию и организации эффективного функционирования логистических систем.



Рис. 1. Логистические направления совершенствования экономического потенциала

Требования возможности наращивания экономического потенциала сводятся к следующему:

- финансовые возможности – позволяют обеспечить устойчивость предприятия в условиях нестабильного экономического окружения;
- информационные возможности – создают необходимые условия для формирования единого информационного пространства;
- рыночные возможности – создают необходимые предпосылки для повышения качества обслуживания и удовлетворения спроса клиентов и потребителей;
- интеллектуальные возможности – позволяют успешно разрабатывать и реализовать логистические нововведения;
- технологические возможности – создают необходимые условия функционирования логистических систем.

Таким образом, можно выделить основные направления влияния логистики на обеспечение конкурентных преимуществ экономического потенциала предприятия.

1. Создание логистической системы позволяет наиболее полно реализовать общие цели и повысить ценность предприятия в глазах реальных и потенциальных инвесторов. Так, многие исследователи отмечают, что у предприятий, которые используют логистику и определяют дальнейшую стратегию на ее основе, наблюдается значительное улучшение показателя, отражающего отношение прибыли к инвестированному капиталу.

2. Использование логистики позволяет осуществлять рациональное управление запасами в логистической цепи «снабжение – производство – распределение» за счет применения современных технологий контроля состояния запасов; высокой степени согласованности участников по вопросам своевременного пополнения запасов.

3. Логистика позволяет совместить экономию затрат с гибким реагированием на приоритеты клиентов и потребителей, открывая вместе с тем резервы роста доходов предприятия.

4. Логистика определяет стратегию предприятия в целом, так как необходимость предложения товаров высокого качества, которые позволяют выдерживать конкуренцию как на внутреннем, так и на внешнем рынках, приводит к необходимости повышения качества обслуживания клиентов и потребителей.

5. Использование логистики обязывает предприятия искать новые способы сокращения расходов, сокращения времени на выполнение отдельных логистических операций, рационализации

материальных, финансовых и информационных потоков, то есть непрерывно осуществлять логистические нововведения, в целом обеспечивает устойчивые конкурентные преимущества.

6. Оптимизация и рационализация материальных, финансовых и информационных потоков предприятия на основе использования инструментария логистики расширяет возможности ценовой и неценовой конкуренции.

Выводы. Основным источником экономического эффекта и повышения конкурентоспособности экономического потенциала является логистический подход, использование которого позволяет вывести на качественно новый уровень управление финансовыми, трудовыми, материальными и информационными потоками предприятия в целях улучшения конечных результатов его производственно-хозяйственной деятельности и обеспечения стабильного положения на рынке. Логистический подход создает новые источники конкурентных преимуществ, основанные на низких затратах. Влияние логистики на обеспечение конкурентных преимуществ экономического потенциала предприятия проявляется в следующем: повышение ценности предприятия для инвесторов, рациональное управление запасами в логистической цепи «снабжение – производство – распределение», совмещение экономии затрат с гибким реагированием на приоритеты клиентов и потребителей, обеспечение высокого качества обслуживания клиентов и потребителей, непрерывное осуществление логистических нововведений, расширение возможностей ценовой и неценовой конкуренции.

Список использованных источников

1. Барышникова, Л.П. Логистика возвратных потоков - логистика нового поколения / Л. П. Барышникова, Т.А. Попова // Менеджер. Вестник Донецкого государственного университета управления. – 2016. – № 1. – С. 56-61.

2. Войцеховская, И.А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности/ И.А. Войцеховская //Проблемы современной экономики. – 2006. – № 1/2 (17/18). – С. 152-154.

3. Гасило, Е.А. Концептуальные основы контроллинга логистической деятельности предприятия / Е.А. Гасило // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2020. – № 9. – С. 146-150.

4. Дергунова, Е.В. Логистические подходы, применяемые для повышения конкурентоспособности организаций / Е.В. Дергунова //

Вектор экономики. – 2020. – №12 (54).
https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44548013_52275063.pdf

5. Зубрицкий А.Ф. Методика определения конкурентоспособности потенциала предприятия / А.Ф. Зубрицкий // Наука и техника. – 2010. – № 5. – С. 79-82.

6. Ибрагимхалилова, Т.В. Интралогистика – направление логистики по оптимизации материальных и информационных потоков внутри организации / Т.В. Ибрагимхалилова // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2016. – № 1. – С. 65-69.

7. Израйлева, О.В. Методический подход к анализу экономического потенциала организации с позиций конкурентоспособности / О.В. Израйлева // Journal of new economy. – 2005. – № 11. – С. 55-63.

8. Концептуальные и методологические проблемы логистики: монография / кол. авт.; отв. за выпуск О.Н. Зуева. - Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. – 251 с.

9. Кравченко, Л.А. Резервы использования экономического потенциала как основа повышения конкурентоспособности предприятия / Л.А. Кравченко, А.А. Радько, А.П. Леонов // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2016. - № 1 (34). – С. 124-128.

10. Лукинский, В.С. Аналитика в логистике как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий / В.С. Лукинский, А.В. Стримовская // Логистика и управление цепями поставок. – 2017. – № 6(83). – С. 30-41.

11. Плетнева, Н.Г. Управление цепями поставок как драйвер развития и конкурентоспособности предпринимательских структур / Н.Г. Плетнева // Вестник гражданских инженеров. – 2017. – № 6(65). – С. 318-327.

12. Сидунов, И.А. Управление потенциалом конкурентоспособности социально-экономической системы / И.А. Сидунов // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2012. – Том 67, № 3. – С. 96-99.

13. Скоробогатова, Т.Н. О конкурентоспособности предприятий: логистический аспект / Т.Н. Скоробогатова, Г. Н. Ротанов // В центре экономики. – 2020. - № 1. – С. 29-33.

14. Фазлыева, Е.П. Логистика как фактор повышения конкурентоспособности предприятия / Е.П. Фазлыева, С.В. Колесников // Аллея науки. – 2017. – Т.2, №16. – С. 579-582.

15. Шешукова, Т.Г. Совершенствование методики анализа экономического потенциала хозяйствующего субъекта: монография /

Т.Г. Шешукова, Е.В. Колесень. – Пермь: Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2013. – 196 с.

УДК 339.138:004.738.5
DOI 10.5281/zenodo.5112740

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ

БАРЫШНИКОВА Л. П.

д-р экон. наук, доцент

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при
Главе Донецкой Народной Республики», г.Донецк, ДНР*

Установлены наиболее эффективные методы и инструменты интернет-маркетинга, представляющие собой комплекс мероприятий и приемов, направленных на увеличения посещаемости клиентов путем увеличения видимости сайта в поисковых системах по целевым поисковым запросам. Выявлен уровень предпочтительности технических инструментов, который изменяется в зависимости от возраста потребителей, привычек, социального статуса и пр.

Ключевые слова: *интернет-среда, информационные технологии, сайт, контент, интернет-инструментарий.*

CURRENT TRENDS IN THE USE OF INTERNET MARKETING TOOLS

BARYSHNIKOVA L. P.

doctor of economics, associate professor

*SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR*

The most effective methods and tools of Internet marketing have been established, which are a set of activities and techniques aimed at increasing customer attendance by increasing the visibility of the site in search engines on targeted search queries. The level of preference of technical tools, which varies depending on the age of consumers, habits, social status, etc.

Keywords: *Internet environment, information technology, website, content, Internet tools.*

Актуальность. В сегодняшних условиях развитие электронного бизнеса положительно влияет на мировую экономику, поскольку ускоряет экономический рост, снижает инфляцию, повышает

производительность и увеличивает занятость. Интернет-торговля является наиболее развитой в странах, имеющих высокий уровень готовности к электронному бизнесу (США, Гонконг, Сингапур, страны ЕС).

Развитие электронной коммерции опирается на привлечение к Интернету все большего количества пользователей, поэтому неудивительно, что доля оборота от электронной торговли в ВВП стран и доля электронной составляющей в розничной торговле коррелирует с показателем уровня проникновения Интернета.

Цель статьи – установить наиболее эффективные методы и инструменты интернет-маркетинга, выявить уровень предпочтительности технических инструментов, который меняется в зависимости от возраста потребителей, привычек, социального статуса и прочих факторов.

Анализ последних исследований. В процессе трансформации маркетинговых концепций на первый план выходит инструментарий интернет-маркетинга с клиентоориентированным подходом, меняя саму его парадигму, создавая условия для успешного развития и конкурентного позиционирования бизнеса. Интернет-маркетинг способен стать маркетинговой концепцией XXI века и основным средством продвижения товаров и услуг.

Теория и практика маркетинга использует результаты научных исследований многих зарубежных авторов, таких как: С. Дибб, Е. Дихтель, П. Дойль, П. Друкер, Ф. Котлер, А. Кошик, М.Х. Мескон, Я. Нильсен, А. Томпсон, Д. Траут, Р. Уилсон, Х. Хершген и других. Значительный вклад в развитие теоретической базы маркетинга внесли российские ученые Г.Л. Багиев, Е.А. Башлачева, В.С. Голик, Е.В. Клавдиева, И.В. Корнеева, С.Н. Лавров, Т.Е. Никитина, Н.С. Перекалина, С.В. Стрижак и ряд других исследователей.

Многовекторным направлениям исследования маркетинга, и в частности интернет-маркетинга, посвящены научные труды Е.М. Азарян, Т.С. Максимовой, А.Н. Германчук, Д.С. Дегтярева, Т.В. Ибрагимхалиловой и др.

Изложение основного материала исследования. В 2017 году Ассоциацией компаний интернет-торговли (АКИТ) была разработана и вынесена на утверждение в Минпромторг «Стратегия развития электронной торговли на 2017-2018 годы и в период до 2025 года». Стратегия утверждает необходимость принятия закона об онлайн-торговле, рассмотрения основных положений по деятельности торговых онлайн-площадок и агрегаторов и создания небанковской платежной системы для B2B. Внедрение данной стратегии позволит:

– снизить порог беспошлинного ввоза товара, заказанного в зарубежных интернет-магазинах;

– защитить права потребителей, которые должны иметь возможность вернуть товар независимо от того, где он был приобретен, в обычном магазине или через Интернет [1].

По данным исследований, проведенных компанией «Admitad», общий объем мировой розничной онлайн-торговли в 2017 году достиг 2290 млрд. долл., что на 23% больше, чем в предыдущем периоде, при этом товарооборот B2C онлайн-покупок в 2017 году увеличился по сравнению с 2016 годом на 11% и составил 2143 млрд. долл. [2].

Под B2C онлайн-покупками имеются в виду операции по покупке, осуществляющиеся как с онлайн площадок крупных оффлайн ритейлеров, так и с сайтов компаний, представленных только онлайн. Прогнозируется, что к концу 2021 года объем мировой розничной онлайн-торговли вырастет почти вдвое – до 4479 млрд. долл., причем темпы роста электронной розничной торговли будут опережать темпы роста традиционных форм розницы, что приведет к увеличению доли онлайн-продаж в общем объеме мировой розничной торговли с 8,7% в 2016 году и 10,1% в 2017 году до 15,5% в 2021 году (табл. 1).

Интернет-технологии получили широкое распространение и продолжают видоизменять процессы взаимодействия клиента с компанией. Основой этих изменений является появление широкого инструментария интернет-маркетинга, который постепенно замещает традиционные каналы коммуникаций с клиентами предприятия. Проводя обзор статистических данных, в первую очередь необходимо обратить внимание на статистику использования инструментов привлечения клиентов как первого этапа «путешествия» клиента.

Таблица 1 – Динамика показателей развития мировой розничной электронной торговли

Показатель	Годы						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*
Объем электронной торговли, млрд. долл. США	1506	1863	2290	2785	3328	3950	4479
Годовой темп прироста объема электронной торговли, %	25,5	23,7	22,9	21,6	19,5	18,7	13,4
Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли, %	7,4	8,7	10,1	11,5	13,0	14,6	15,5

*- прогнозируемые значения

В 2017 общие мировые расходы на рекламу составили 563,4 млрд. долларов США. По глобальным прогнозам, расходы на мобильную рекламу в Интернете превысят рекламу для пользователей ПК в Интернете, а Интернет-реклама превзошла телевизионную уже в 2018 году. Глобальный рост рекламных расходов будет держаться на уровне 3,8% на фоне осторожного краткосрочного прогноза [3].

На основе данных из 59 рынков в странах Америки, Азиатско-Тихоокеанского региона, Европы, Ближнего Востока и Африки, прогноз расходов на рекламу, совершенный предприятием Dentsu Aegis Network's, демонстрировал более осторожный экономический прогноз в 2017 году, чем в предыдущем году, с падением динамики роста глобального рекламного трафика с 4,8% до 3,8%. Однако в 2018 году произошел рост прогнозируемых рекламных расходов на 4,3%. На объем рекламных расходов повлияли ключевые события в 2018 году, такие как Зимние Олимпийские и Паралимпийские игры в Южной Корее, Чемпионат мира по футболу в России и выборы в Конгресс США, которые послужили стимулом к росту затрат на рекламу [4].

Несмотря на обеспокоенность экономическим влиянием решения Великобритании о выходе из Европейского Союза, рост расходов на рекламу в Великобритании в 2016 году превысил ожидаемый показатель на 6,1% в 2017. Рост расходов составил менее 4%, а в 2018 году достиг 5,9%. Подобная картина наблюдалась и в США, где зафиксировано замедление темпов роста расходов на рекламу до 3,6% в 2017 году, а затем незначительное увеличение в 2018 году до 4,0%. США по-прежнему остаются крупнейшим рынком в мире, где 37,7% мировых расходов в 2017 году уходило на рекламу. Расходы на рекламу на развивающихся рынках продолжают превосходить расходы стран с развитыми экономиками. Например, рост объема затрат на рекламу в Индии в 2017 году составил 13%, а Китай является вторым по величине рынком в мире по доле расходов на рекламу, при этом оставаясь единственной страной с развивающейся экономикой, входящей в пятерку крупнейших рекламных рынков [4].

В 2019 году было запланировано, что расходы на рекламу на мобильных платформах будут превышать настольные компьютеры, достигая 56% по доле глобальных цифровых расходов на рекламу. В 2018 году расходы на мобильную рекламу выросли до 116,1 млрд. долл. США.

Согласно мнению авторов И. Барбера и Л.Хилла, к 2025 году население планеты будет иметь в наличии 4 млрд. подключенных смартфонов и около трети потребителей будут использовать телефон как основной источник развлечений. Согласно статистике Google, за

май 2015 года в 10 странах мира количество мобильных поисков превысила поиски с использованием ПК. Именно поэтому ожидается, что эта тенденция будет продолжать укрепляться и в других странах [6]. Доля рекламных расходов на печатные СМИ снижалась несколько лет подряд, и уменьшилась до 13,8% доли общих рекламных расходов в 2018 году (с 15,1% в 2017 году), тогда как платный поиск в Интернете растет, и достиг 14,6% (по сравнению с 2016 годом - 13,6%) [6]. Развитие рекламы в Интернете может быть приостановлено такими проблемами, как мошенничество, риск ухудшения репутации бренда, но это не останавливает рост потока расходов на интернет-рекламу.

Такие предприятия, как Google и Facebook являются лидерами отрасли Интернет-рекламы. Более двух третей от общего объема мировых расходов на рекламу с 2012 по 2016 годы поступило от этих двух предприятий. По данным предприятия Zenith «Топ-тридцать владельцев глобальных медиа» [5], в 2016 году Google и Facebook охватили 20% всего мирового медиа рекламного рынка. Прибыль крупнейших компаний рекламного медиа пространства представлена на рисунке 1.

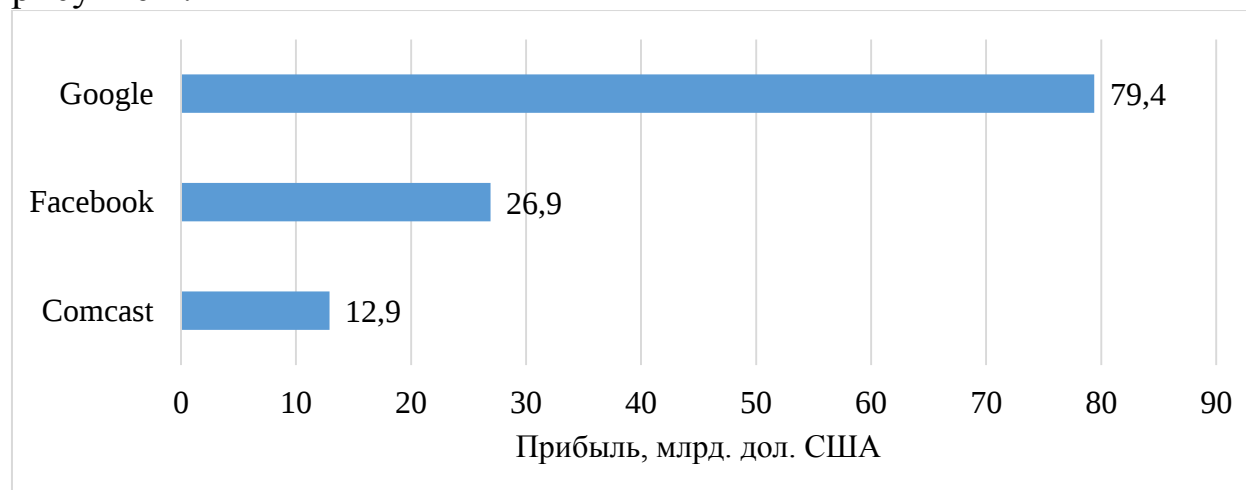


Рис. 1. Прибыль ведущих компаний рекламного рынка

В контексте анализа Интернет-рекламы следует провести анализ отдельных средств коммуникаций Интернет-маркетинга. Первым важным средством является SEO. Исследование издания eMarketer [8] показывает, что в 2015 году 89% SEO - специалистов были довольны результатами их деятельности по улучшению видимости Интернет-ресурса в поиске, его трафика и генерации лидов. Более 7 из 10 опрошенных изданием указали, что они чувствуют улучшение эффективности их SEO - продвижения. Согласно статистике eMarketer, в сегменте малого бизнеса только 10% всех предприятий обновляют информацию на собственном Интернет-ресурсе раз в неделю, 33% - раз в месяц, 21% - раз в год и реже. Что касается информации,

необходимой пользователям мобильной версии Интернет-ресурса, то она продемонстрирована на рисунке 2.

По данным статистики Google [10], 71% B2B поисков начинается с Интернет-поиска. В среднем B2B пользователи осуществляют 12 поисков перед посещением Интернет-ресурса. При этом эти пользователи уже на 57% приняли решение перед тем, как осуществить конверсионное действие на интернет ресурсе. Почти 90% этих пользователей применяют более широкие инструменты при поиске информации для покупки. Около 49% B2B пользователей, которые ищут информацию по покупке товаров для предприятия, осуществляющие поиск с мобильных устройств на работе.

Также статистика исследований Google указывает, что 57% пользователей не будут рекомендовать Интернет-ресурс, неадаптированный под мобильные платформы, а 40% из них обратятся к предприятию конкуренту из-за неудобства пользования Интернет-ресурсом предприятия.

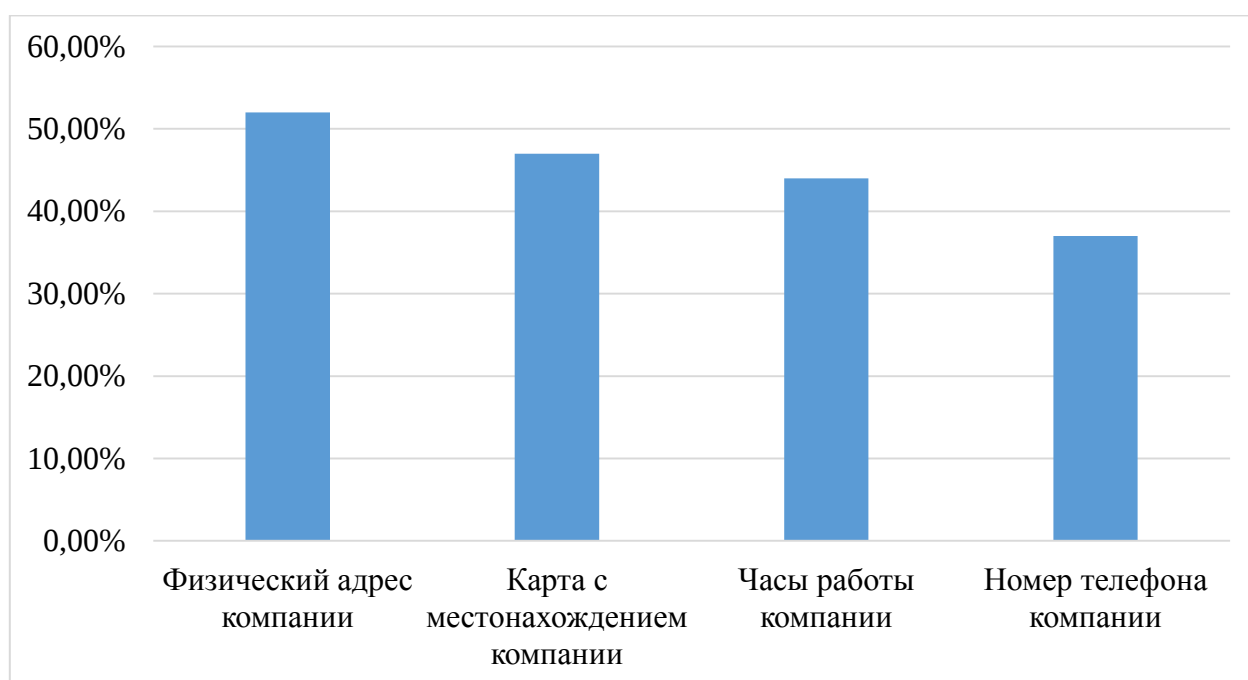


Рис. 2. Потребность в информации на мобильных версиях интернет-ресурсов

Целесообразно рассмотреть статистику эффективности второго инструмента Интернет-маркетинга – платной рекламы. Платная реклама позволяет показать объявления тем клиентам, которым нужно, в то время, когда это эффективно и на той платформе или интернет ресурсе, на котором они бывают. Кроме того, платная поисковая реклама, как элемент платной рекламы, позволяет выводить объявления над органической поисковой выдачей SEO. По данным Google, предприятия

зарабатывают примерно 2 доллара от 1 потраченного доллара на рекламу AdWords. В среднем 41% кликов по ссылкам в сети Google приходятся на первые 3 платные поисковые объявления. Для некоторых отраслей этот показатель может достигать до 65% кликов.

Среднее количество кликов для платного объявления, которое находится на первой позиции, составляет 7,94% [136].

Согласно данным Unbounce [9], клиенты, которые перешли по РСР рекламным объявлениям на 50% чаще покупают товары, чем клиенты, перешедшие по органическому поиску. Поисковые рекламные кампании, согласно исследованиям Google, могут повысить узнаваемость бренда на 80%. Google также указывает, что 75% пользователей, которые находят локальную информацию о решении проблемы, отдают предпочтение посещению магазина. Платная реклама может повысить трафик Интернет-ресурса на 300%.

Исследование восприятия баннерной контекстной рекламы показало, что лишь 2,8% респондентов считают ее релевантной. Основой отсутствия кликов баннерной рекламы является недоверие к ней BannerSnack. 33% пользователей сети Интернет считают баннерную рекламу неприемлемой. При этом респонденты в возрасте от 25 до 34 лет в большинстве игнорируют поисковую и баннерную рекламу в социальных сетях. К тому же около 50% кликов по баннерной рекламе с мобильных платформ являются случайными.

Рассматривая третье средство Интернет-маркетинга - контент-маркетинг, стоит вспомнить, что он касается каждого инструмента маркетинговых коммуникаций и всех этапов взаимодействия с клиентом, поскольку с помощью него подается информация, которая влияет на решение клиента о покупке. Институт контент-маркетинга определяет это понятие, как маркетинговую технику создания и распространения ценной, релевантной и содержательной информации для привлечения четко определенной аудитории с целью получения конверсионного действия.

По данным ресурса MarketingProfs, релевантный контент является основой эффективной тактики SEO. В его отчете подается статистика, что 48% опрошенных Интернет-маркетологов считают эффективным продвижение ключевых слов и фраз с помощью частого обновления контента на интернет ресурсах. По данным издания SearchMetrics [6], среднее количество ключевых слов на странице, которая входит в топ-10 результатов поиска, увеличилось с 975 до 1285 с 2014 по 2015 годы. То есть поисковые системы все в большей степени обращают внимание на соответствие контента на Интернет-ресурсах предприятий. Эта же информация подтверждается исследованиями аналитических онлайн-

ресурсов Moz и BuzzSumo, которые доказали, что страницы с более чем 1000 словами получают лучшее восприятие пользователей Интернет-ресурса, а чем страницы с меньшим количеством слов.

Согласно статистике Института контент-маркетинга, 86% B2B маркетологов и 77% B2C маркетологов используют контент-маркетинг. Согласно статистике издания Social Media Examiner, 45% маркетологов считают ведение блога главной контент-стратегией. Большинство опрошенных маркетологов (69%) планируют увеличить количество информации в блогах в 2022 году.

В сегменте B2B маркетологи определяют, что основной целью их контент-маркетинга в 2016 году было генерирование лидов. Те же данные подтверждает исследование eMarketer [8], указывая, что в 2015 году 43% опрошенных маркетологов считали контент-маркетинг эффективным источником лидогенерации в B2B сегменте. При этом только 32% опрошенных предприятий имеют четко прописанную стратегию контент-маркетинга.

Что касается качества контента, то 60% маркетологов указывают, что самое сложное создавать контент, который заставляет пользователей взаимодействовать с ним. При этом 57% из них говорят о сложности оценки эффективности контента.

Относительно опроса предприятий B2B сегмента, 88% использует контент-маркетинг и 76% планировало увеличить объемы контента в 2021 году. При этом опрошенные предприятия (31%) обращают внимание на качество сгенерированных лидов, указывая, что необходимо разрабатывать качественные измерения этого показателя.

В сегменте B2C отношение к контент-маркетингу аналогичное. Проведенный опрос институтом контент-маркетинга указывает, что 77% маркетологов занимается увеличением объема контента ежегодно. При этом внимание обращается на контент в e-mail рассылках, ведь 61% опрошенных маркетологов считают их эффективными. Также значительное внимание уделяется контенту на публичных мероприятиях предприятия (67% респондентов), текстам, фото и иллюстрациям в блогах (66% респондентов) и контента в социальных сетях (66% респондентов) (рисунок 3).

В качестве инструментов по продвижению товаров для B2C сегмента характерно использование сети Facebook, которую использует 94% опрошенных предприятий, Twitter – 82% респондентов, YouTube – 77% респондентов и LinkedIn – 76% респондентов. Основная цель контент-маркетинга среди опрошенных – это продажи (83% респондентов), лояльность клиентов (81%), привлечение к взаимодействию (81%).

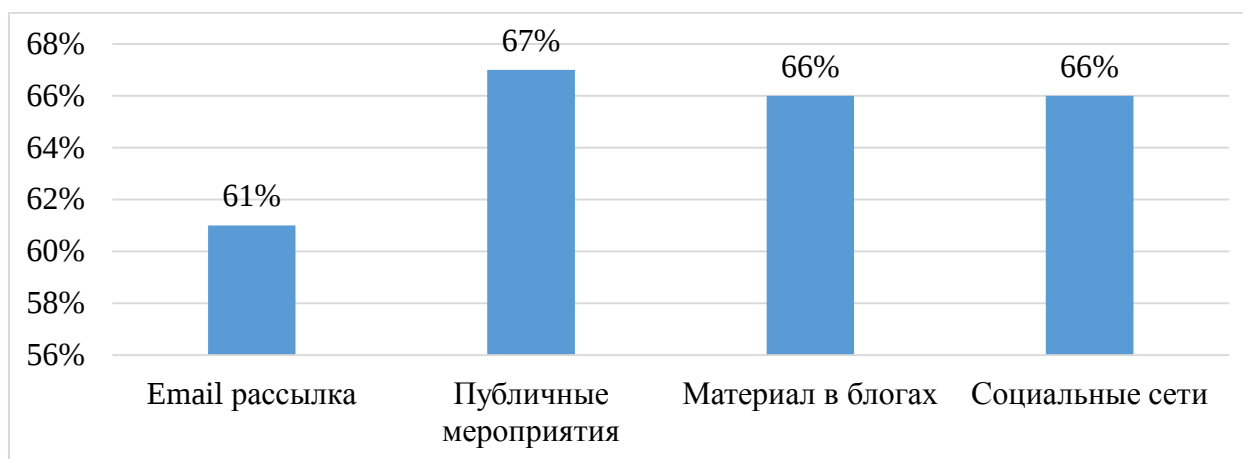


Рис. 3. Показатели (%) внимания маркетологов к публикации контента через различные инструменты маркетинговых коммуникаций

Изучив понятие и статистику по контент-маркетингу, следует описать также тенденции видео-контента. На рисунке 4 показано, что с каждым годом просмотр онлайн видео-контента растет, замещая такой традиционный канал, как телевидение.

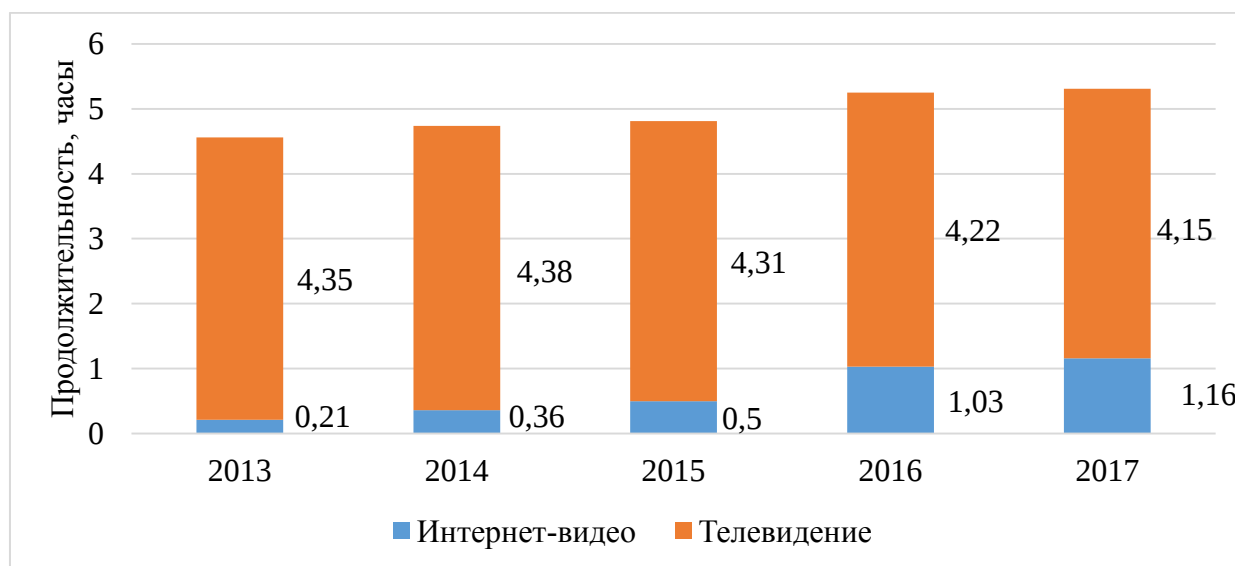


Рис. 4. Динамика ежедневного времени, затраченного рядовым пользователем на просмотр видео

Из рисунка 4 видно, что каждый год растет время просмотра видео в Интернете и сокращается время просмотра телевидения. Эта тенденция связана с постепенным изменением поколений, продемонстрированной на рисунке 5.

Рассматривая статистику просмотра видео на рисунке 5, надо обратить внимание на то, что видео-контент стремительными темпами развивается на мобильных платформах и онлайн-телевидении. Ноутбуки и стационарные компьютеры все еще являются наиболее часто

используемыми устройствами, но доля просмотра видео на смартфонах стремительно растет.

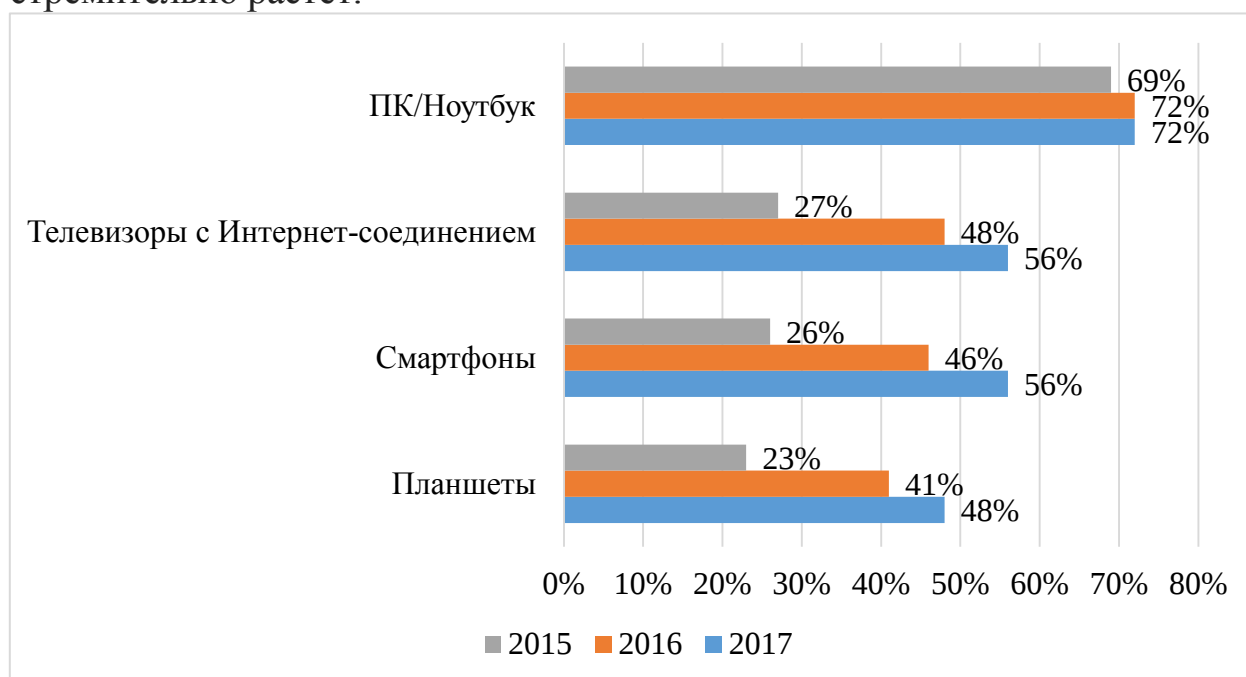


Рис. 5. Структура просмотра видео рядовым пользователем разделена по средствам связи

Почти 50% пользователей сети Интернет просматривают видео о товарах перед тем, как посетить магазин. Согласно исследованиям Animoto, 80% клиентов считают видео с демонстрацией товаров важными. Покупатели, которые видели демонстрационное видео, покупают в 1,81 раз чаще, чем те, кто не видел его.

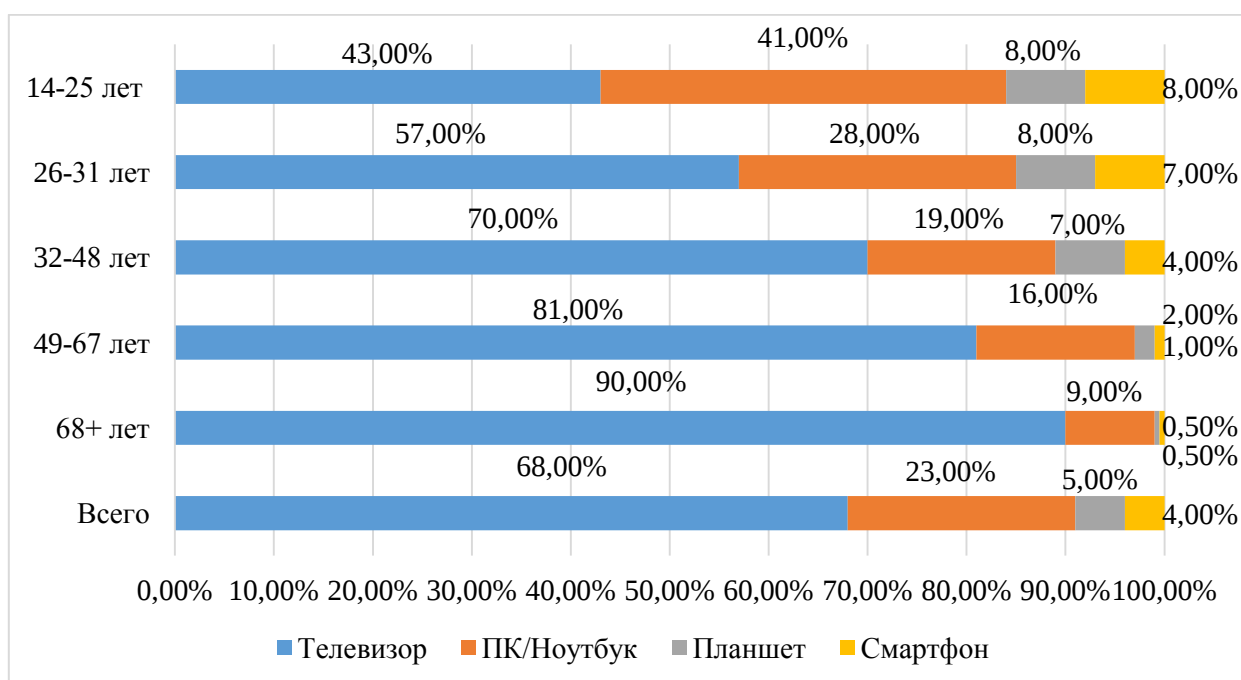


Рис. 6. Динамика изменения тенденций в использовании средств для просмотра видео

Издание Syndacast указывает, что согласно их исследованиям, 52% маркетологов в мире считают видео наиболее рентабельным типом контента. Маркетологи, использующие видео, повышают прибыль своих предприятий на 49% быстрее, чем те, кто его не использует. Основными же барьерами к созданию видео-контента для 43% маркетологов является отсутствие времени, человеческих ресурсов и ограничения финансовых бюджетов. Что касается продолжительности видео, то пользователи предпочитают видео продолжительностью менее 60 секунд.

Переходя к статистике по видео каналам в сети Интернет, стоит отметить, что YouTube имеет около миллиарда зарегистрированных пользователей, что составляет почти треть пользователей сети Интернет, в 2018 году 48% маркетологов включили в свою стратегию контент маркетинга YouTube канал. Согласно статистике ThinkWithGoogle [9]), так называемое поколение Y составляет две трети всех зрителей платного видео-контента в Youtube. Кроме того, в возрасте от 18 до 49 лет 80% пользователей смотрят видео на Youtube хотя бы раз в месяц.

Анализируя SMM канал, стоит отметить, что в последние годы в социальных сетях наблюдается рост количества пользователей всех возрастов и, как следствие, увеличение количества рекламодателей. По данным издания Statista в 2017 г. 73% населения США имело профили в социальных сетях что на 6% больше, чем годом ранее. При этом, 41% малого бизнеса в США не использовало социальные сети. В январе 2017-го лишь 40% малых и средних предприятий могли отследить рентабельность расходов на деятельность в социальных сетях. Статистика использования социальных сетей предприятиями представлена на рисунке 7.

Уровень пользования социальными сетями среди тех, кто имеет высшее образование, составляет 76%; среди тех, кто имеет неполное высшее образование составляет 70%, и среди тех, кто имеет среднее образование составляет 70% (рисунок 8).

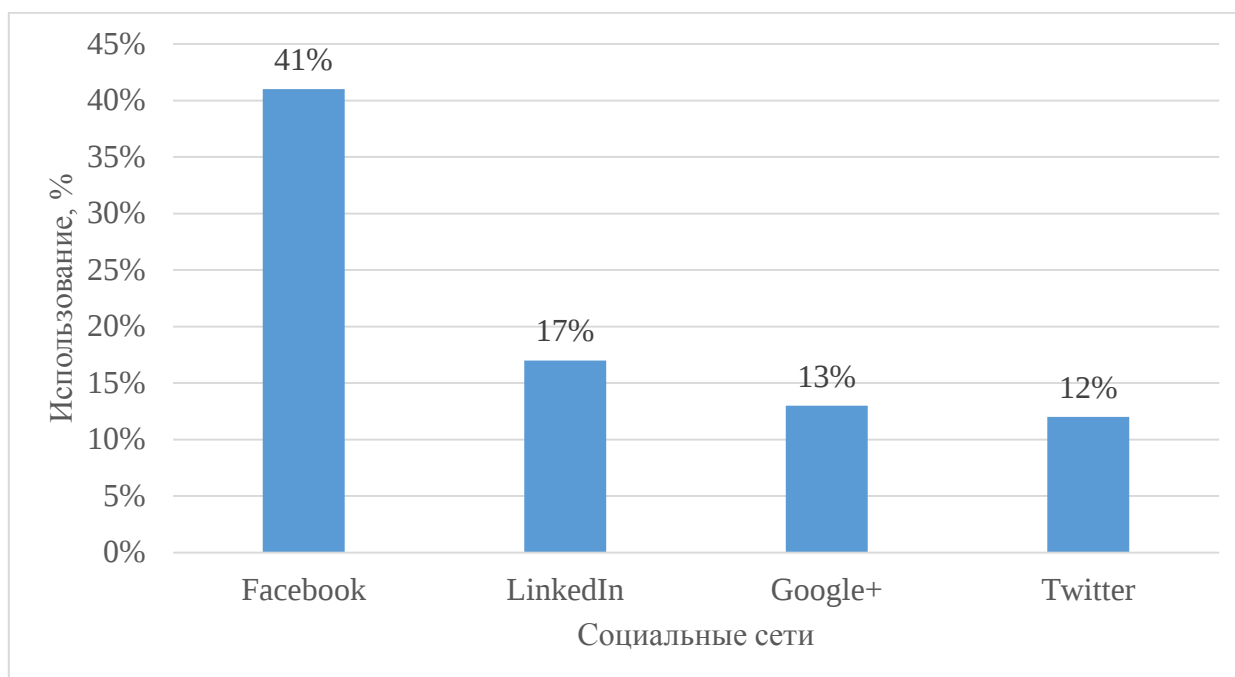


Рис. 7. Преференции предприятий по использованию социальных сетей

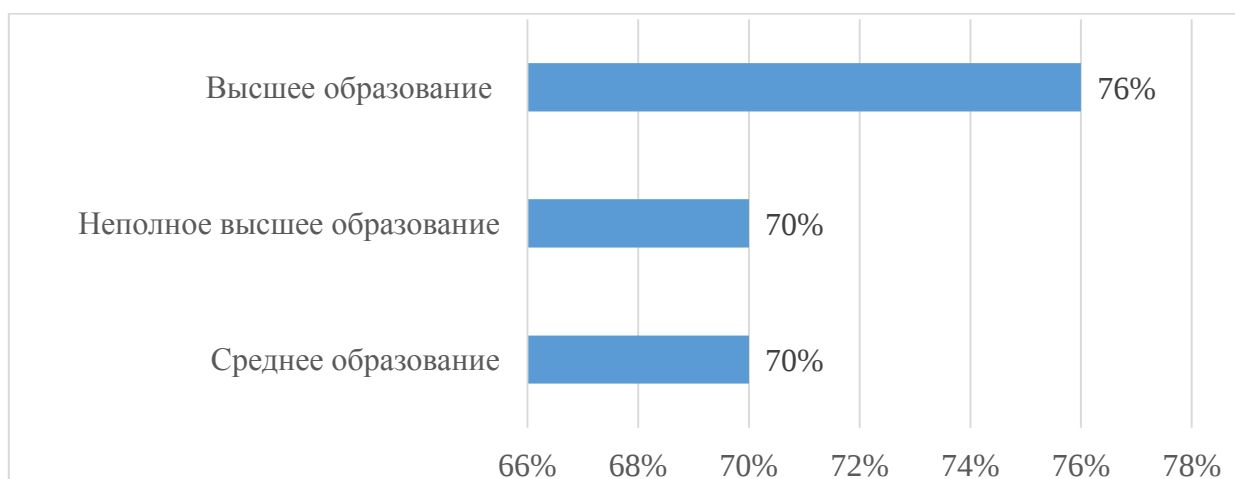


Рис. 8. Уровень образования пользователей социальных сетей

Выводы. Как видно из представленной статистики, основой любого инструмента интернет-маркетинга является контент: профильные статьи на Интернет-ресурсе, объявления для платной поисковой рекламы, видео-контент, контент в e-mail рассылках или в социальных сетях. Проводя анализ потребностей своих потенциальных пользователей, предприятие пытается представить наиболее релевантный контент, который бы удовлетворил их потребности.

Особенности восприятия контента могут проявляться по-разному для разных национальностей и слоев населения, поэтому возникает необходимость в изучении тенденций, характерных для отечественного рынка интернет-рекламы.

Список использованных источников

1. Интернет-торговля (рынок России). TADVISER. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://tadviser.ru>.
2. Davies, J., 2017 The global state of digital advertising in 5 charts. Digiday, [online], available: <https://digiday.com/uk/global-state-digital-advertising-5-charts>.
3. Bannersnack blog, 2015. How to build trust in your display ads - 5 steps. [online], available: <https://blog.bannersnack.com/build-trust-display-ads/>.
4. Gardner, O. 2012. SEO vs PPC - Time for a Fight. Unbounce. [online], available: <https://unbounce.com/ppc/seo-vs-ppc-infographic/>.
5. Database Netmarketshare, 2017. Search Engine Market Share. [online], available: <https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx>.
6. Barber, I. and Hill, L., 2019. Dentsu Aegis Network ad-spend forecasts slip from \$ 625 billion to \$ 609 billion. Dentsu Aegis Network [online], available: <https://www.dentsuaegisnetwork.com/news-releases/ad-spend-report-june-2019>.
7. Duggan, M., 2015. The Demographics of Social Media Users. Pew Research Center. [online], available: <https://www.pewinternet.org/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/>.
8. EMarketer articles, 2015 For Effective SEO, Content Is King. [online], available: <https://www.emarketer.com/Article/Effective-SEO-Content-King/1012639>.
9. Farhad, D., 2009 Google adwords click through rates per position, Accuracast advertising articles, [online], available: <https://www accuracast.com/articles/advertising/adwords-clickthrough/>.
10. Statista database, 2017. Number of e-mail users worldwide from 2017 to 2023 (in millions). [online], available: <https://www.statista.com/statistics/255080/number-of-e-mail-users-worldwide/>.

ЦИФРОВОЙ АУДИТ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В МАРКЕТИНГЕ

МАЛИНЕНКО В. Е.

канд. экон. наук, доцент

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при
Главе Донецкой Народной Республики» Донецк, ДНР*

БЛИЗКИЙ Р. С.

д-р экон. наук, профессор

«Государственный университет управления», Москва, РФ

В статье проанализирована цифровая компонента, регулирование, взаимодействие и контроль в системе Big Data. В процессе анализа рассмотрена сущность структурных элементов цифровой среды взаимодействия, контроля и учета. Обобщены реализуемые приемы государственной политики в системе цифровизации и развития продуктивных сил и общества в целом.

Ключевые слова: *цифровизация, аудит, маркетинг-менеджмент, управленческие решения, Big Data, цифровая платформа.*

DIGITAL AUDIT OF MANAGEMENT DECISIONS IN MARKETING

MALINENKO V. E.

candidate of economic sciences, associate professor

*SEI SVE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic» Donetsk, DPR*

BLIZKIY R. S.

doctor of economic sciences, professor,

«State University of Management», Moscow, Russian Federation

The article analyzes the digital component, regulation, interaction and control in the Big Data system. In the course of the analysis, the essence of the structural elements of the digital environment of interaction, control and accounting is considered. The article summarizes the implemented methods of state policy in the system of digitalization and development of productive forces and society as a whole.

Keywords: *digitalization, audit, marketing management, management solutions, Big Data, digital platform.*

Актуальность. Развитие маркетинг менеджмента продиктовано развитием общества, его потребностей и возможностей. Глобальная тенденция течения эндо государственных процессов, привела к жесткой

унификации настоящих требований развития, существования и ведения традиционных торговых отношений. Всему виной мировая пандемия COVID-19, которая изменила традиционные отношения субъектов потребления и производства до невиданных масштабов. 2020 год стал испытанием, с точки зрения гибкости, мобильности и способности продуктивных сил и общества к масштабным цифровым преобразованиям.

Постановка задачи. Проанализировать возможности имплементации современных сервисов, развитие государственных инициатив, направлены на поддержание привычных жизненно важных процессов функционирования производств и потребителей. Сфера информационного обеспечения и услуг проявила себя, как наиболее гибкая и с высоким уровнем аккомодации. Благодаря данным параметрам, отвечающим современным запросам, были решены следующие задачи: соблюден режим дистанцирования при оказании социальных услуг, внедрены цифровые маркетинговые платформы, сохранены производственно-потребительские отношения.

Цель статьи: проанализировать проблематику перехода на цифровую платформу. Управленческие маркетинговые процессы, связанные с научно техническим прогрессом, обозначили следующие направления развития, опираясь на разработки ученых, принимая во внимание международный опыт: развитие 5G сетей, работа с увеличивающимся объемом данных (Big-Data), цифровизация сектора государственных услуг, развитие менеджмента маркетинговых платформ (B2G, B2B, B2C, C2C), цифровой контроль принятия управленческих решений, аудит.

Труды ученых практиков и теоретиков, затрагивающие выше упомянутые дефиниции данную проблематику раскрывают достаточно глубоко, но не учитывают современные требования и глобальные тенденции, зачастую носящие форс-мажорный характер. К основным задачам необходимо отнести формирование понятийно-категориального аппарата, благоприятно влияющего на информационно-технические условия стимулирования развития и внедрения новых цифровых технологий в процессе системного взаимодействия, а также создание информационных площадок для менеджмент-маркетинга существующих задач.

Предлагая и реализуя поли-цифровые нововведения роль локомотива по умолчанию отводится государству, а функции реализации оставляя участникам процессов производства, потребления и распределения. Вопросы устойчивого развития принято связывать с конкретными экономическими показателями, а параметры, подлежащие

безусловному аудиту, задаются исходя из имеющихся отраслевых методических рекомендаций, хотя их актуальность подлежит дополнительному уточнению.

По порядку, о имеющихся возможностях и предстоящих вызовах.

Технический аспект, имеющийся сегодня ограничения уровнем развития технической инфраструктурой сети применения и взаимодействия, техническими параметрами используемого оборудования, пропускная способность информационного канала, сбор, хранение и аудит (Dig Data). Сеть 5G – это пятое поколение мобильной связи, принципиально новый технологический стандарт телекоммуникаций. Для потребителей, главные особенности этой технологии – это высокая скорость передачи данных, достигающая 1-2 Гбит/сек, возможность прямых соединений между устройствами (D2D) в обход вышек сотовой связи, а также более низкий расход батареи в мобильных устройствах, планшетах и модемах.

За счёт указанных плюсов и преимуществ, технология 5G даёт отличную базу для бурного роста интернета вещей, использование Big Data. 5G Интернет в России полноценно планируется запустить в 2022 году.

По планам Правительства Российской Федерации массовое строительство и запуск сетей пятого поколения начнется в конце 2021 года. Частоты, доступные операторам связи будут определены в конце этого года, коллегиально, путем открытого диалога. Планируется привлечь четырех операторов для реализации проектов 5G: МТС, Билайн, Мегафон и Tele2. Они тесно сотрудничают с холдингами «Samsung», «Huawei», «Ericsson» и «Nokia» которые помогают в разработке необходимого оборудования и конечных устройств.

Успешный опыт применения новых технологий был применен при обеспечении технической поддержки ряда знаковых массовых мероприятий и глобального процесса развития инфраструктуры: оператор связи МТС проводил пилотные запуски сотовой связи 5G во время Чемпионата мира по футболу в 2018 году, телекоммуникационная компания Мегафон развернул первую сеть в России на площадке Санкт-Петербургского экономического форума и Международного бизнес-саммита Нижнем Новгороде.

Согласно данных профильных аналитиков на территории государства Россия к 2025 году сотовая связь 5G в будет доступна 80% жителей.

Выше упомянутый элемент является неотъемлемой составляющей Big Data. Применение, анализ и построение моделей прогнозирования всё это выступает инструментом и способом обработки большого

количества структурированной и не очень информации. Согласно классическому представлению о работе с (Big Data) информацией происходит сбор, и анализ информации, которая собирается в центры обработки информации – data-центры. Чем больше внедрение центров обработки данных в структуру хозяйствования и принятия решений, тем больше возможностей обработки данных. Привлечение специалистов в области аналитики и аудита, data-ученых, анализирующих данные, тем выше возможностей у data-центра. Большие данные представляют собой массивы информации, характеризующиеся колоссальными объемами, стремительно растущей скоростью накопления, разнообразием их формата представления как в виде структурированной, так и неструктурированной информации. Big Data также включают в себя комплекс инновационных методов и способов хранения и обработки информации с целью автоматизации, оптимизации бизнес-процессов, обеспечения принятия наиболее эффективных решений на основе накопленной информации. Таким образом, большие данные характеризуются тремя основными признаками:

- большой объем информации,
- высокая скорость изменения информации,
- разнообразие и разнородность данных. [1]

Ключевые элементы, составляющие аналитику больших данных можно представить схематически рис.1. В РФ разработан национальный стандарт о структуре эталонной архитектуры больших данных 12 января 2021 года стало известно о разработке в России национального стандарта о структуре и процессе применения эталонной архитектуры больших данных. Его создали Национальном центре цифровой экономики МГУ имени М.В. Ломоносова и Институте развития информационного общества.

Национальный стандарт «Информационные технологии. Эталонная архитектура больших данных. Часть 1: Структура и процесс применения» входит в серию из пяти стандартов по эталонной архитектуре больших данных и представляет собой русскоязычную адаптацию международного технического отчета ISO/IEC TR 20547-1:2020 Information technology – Big data reference architecture – Part 1: Framework and application process.

Документ содержит описание структуры эталонной архитектуры системы для работы с большими данными, а также обеспечивает решение задачи отображения в эталонной архитектуре возможных вариантов использования больших данных. Положения национального стандарта могут применяться организациями для описания архитектуры конкретных систем для работы с большими данными и реализации этих

систем с учетом используемых технологий, а также ролей – исполнителей и их потребностей [2].



Рис.1. Графическая схема архитектуры Big Data

Управленческие решения сопряжены с определенным уровнем риска, временной составляющей и влиянием эндогенных факторов глобальных проявлений. Ускорение работы бюрократического компонента возможно, при соблюдении определенных условий, соблюдения правил социально-гражданского общества и исключение умышленного затягивания принятия решения. В РФ направление реализации направления «Цифровое государственное управление» нацелено на предоставление гражданам и организациям доступа к приоритетным государственным услугам и сервисам в цифровом виде, создание национальной системы управления данными, развитие инфраструктуры электронного правительства, внедрение сквозных платформенных решений в государственное управление. Происходит построение краткосрочных стратегических планов, направленное на улучшение параметров, условий и результатов.

Среди ключевых показателей, которые планируется достигнуть к 2024 году:

государственные (муниципальные) услуги предоставляются проактивно и онлайн, действуют 25 цифровых «супер-сервисов» по жизненным ситуациям;

90% внутри и межведомственного юридически значимого электронного документооборота государственных и муниципальных органов и бюджетных учреждений автоматизировано;

60% граждан имеют цифровое удостоверение личности с квалифицированной электронной подписью;

Доля электронного документооборота между органами государственной власти России и государств Евразийского экономического союза (ЕАЭС) в общем объеме документооборота составляет 90 %. [3]

Производственные, потребительские и коммуникационные отношения возникают между всеми элементами маркетинг-менеджмент среды. Государство выступает в роли главного диктатора и заказчика производства и правил потребления, и в свою очередь модель B2G является доминантной в разработке правил, предложений и способов взаимодействия компонентов и принятия участников. Влияние на рынок антимонопольного, фискального и сервисов невозможно не учитывать в построении действующих моделей B2B и B2C. В последние анализируемые периоды, научное сообщество констатирует рост маркетинг-менеджмент платформ цифрового взаимодействия. Для модели C2C также применимо использование цифровых площадок, выступающих в роли посредников. Цифровые менеджмент-маркетинговые платформы представлены отечественными и зарубежными сервисами, повседневное использование в процессах взаимодействия заинтересованных сторон доходит сегодня до рекордных 90 % от всего объема торгово-сервисных операций. Их разработка и развитие связано с ростом объема населения, изменениями правил общественного и глобального взаимодействия. Профильные специалисты, используют положительный научный опыт отечественных и зарубежных практических и прикладных направлений исследований.

Финальной и результирующей стадией использования, взаимодействия, потребления продуктов цифрового формата является результат. Учет полученных данных (Big Data), использование инфраструктуры, положительный эффект от нововведений, рост благосостояния общества, организация технологичного производства, рост доли интеллектуального продукта, улучшение качества жизни напрямую зависят от правильного управления и аудита менеджмент-маркетинговых решений и прямых действий. Аудиту подлежат все этапы взаимодействия и принятия решений, а результирующим

показателем развития выступает положительная динамика основных параметрических результатов. Фактор времени, и скорость принятия правильной позиции сокращают транзакционные потери.

Проведенный анализ факторов и компонентов, призван помочь организовать более тесное взаимодействие, развитие и рост учитываемых параметров. Использование цифровых технологий передачи, сбора и анализа информации позволит расширить возможности и повысить результативность маркетинг-менеджмент решений.

Список использованных источников

1. <https://www.statista.com/>
2. <https://www.tadviser.ru/>
3. «Цифровое государственное управление»: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (digital.gov.ru)
4. Лунина В.Ю. Роль электронной коммерции в современном мире /В.Ю.Лунина, А.В.Филиппова //Инновационные перспективы Донбасса: материалы 6-й междунар. науч.-практ. конф. Донецк, 26-28 мая 2020 г., Минобрнауки ДНР, ГОУ ВПО «ДонНТУ». – Донецк, 2020. – Т. 5: Актуальные проблемы инновационного развития экономики Донбасса. – С.219-223.

УДК339.138:316.77

DOI 10.5281/zenodo.5121233

АКТУАЛЬНОСТЬ И ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

ПЕТРУШЕВСКИЙ Ю. Л.

*д-р экон. наук, профессор,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при
Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР*

Статья посвящена изучению основных аспектов концепции социально-этического маркетинга. Сформулированы особенности внедрения социально ответственного маркетинга на предприятиях Донецкой Народной Республики и выделены основные преимущества его функционирования.

Ключевые слова: социально-ответственный маркетинг, социально-этичный маркетинг, социальная ответственность бизнеса, потребности, общество.

RELEVANCE AND PRINCIPLES OF FORMING THE CONCEPT OF SOCIAL AND ETHICAL MARKETING

PETRUSHEVSKIY Y. L.

doctor of economics, professor

SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR

The article is devoted to the study of the main aspects of the concept of social and ethical marketing. The main features of the implementation of socially responsible marketing at the enterprises of the Donetsk People's Republic are formulated and the main advantages of its implementation are highlighted.

Key words: *socially responsible marketing, socially ethical marketing, social responsibility of business, needs, society.*

Постановка задачи. В современных условиях рыночного развития и становления новых социально-экономических систем происходят процессы укрупнения бизнеса, глобализации производства, усиления конкуренции и осложнения условий внешней среды. Все это является следствием ускорения технологических новшеств и рискованности в принятии стратегических управленческих решений. В таких условиях особо важным для предприятий является обеспечение конкурентного развития и долгосрочного устойчивого роста, который достигается либо за счет использования собственных уникальных ресурсов, либо за счет возможностей, черпаемых из внешней среды.

Новые условия требуют от предприятий принятия эффективных управленческих решений и четко обоснованных маркетинговых стратегий, которые соответствуют современным тенденциям развития экономики и общества в целом.

Одним из самых перспективных концептуальных подходов к разработке и внедрению эффективных маркетинговых стратегий в современных предприятиях является их ориентация на социальные ценности. Именно поэтому все чаще предприятия и организации ориентируются на форму социально ответственного ведения бизнеса и выбирают социально ориентированные стратегии маркетинга для продвижения своих товаров и услуг. Предприятия ориентируются на формирование положительного конкурентоспособного имиджа как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Анализ последних исследований и публикаций. Несмотря на то, что социально ориентированные концепции маркетинга на сегодняшний день являются довольно таки изученными как отечественными, так и зарубежными учеными, не существует единого взгляда на сущность понятия «социально ориентированного маркетинга». В зарубежной и отечественной литературе концепция социально ориентированного маркетинга характеризуется экономистами и учеными различными категориями, такими как: «социальный», «социально-ответственный», «социально-этический», «этико-социальный» и просто «общественный» маркетинг. Среди крупных ученых, которые посвятили свои исследования данной концепции, являются: Г.Армстронг, Д.Акимов, М. Богма, Е. Голубков, И. Булах, Ф. Котлер, С. Хаминич, К. Шилкина, М. Брун и многие другие. Несмотря на большое количество научных исследований, до сих пор отсутствует единое понимание содержания таких категорий, как социально ориентированная маркетинговая деятельность и социально ответственный бизнес. Также не в полной мере определены объективные причины необходимости функционирования такого вида бизнеса и недостаточно исследованы основные идеи и принципы социально ориентированного маркетинга.

Актуальность. В современных условиях в Донецкой Народной Республике при осуществлении рекламных и маркетинговых мероприятий, предприятия все чаще подвергаются недоверию со стороны общества, что способствует частым скандалам и неприятным ситуациям, которые возникают вокруг отечественных предприятий. Внедрение концепции социально-этического маркетинга в деятельность отечественных предприятий и грамотная их коммуникация с потребителями призваны решить эти проблемы. Именно поэтому формирование и развитие инклюзивной составляющей концепции социально-этического маркетинга является особо актуальной в современных условиях.

Цель статьи. Целью данной статьи является не только исследование основных принципов и актуальности социально-этического маркетинга, но и определение важности внедрения социально ориентированных маркетинговых стратегий в деятельность современных предприятий Донецкой Народной Республики для укрепления их конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

Изложение основного материала. Одним из основных вопросов при становлении и развитии конкурентоспособного предприятия является обеспечения его долгосрочного и устойчивого роста на рынке. Следовательно, управление его маркетинговой деятельностью должно

быть направлено на поиск баланса между внешними и внутренними факторами, которые являются дестабилизирующими.

Учитывая то, что при построении перспективных стратегий развития любого коммерческого предприятия в первую очередь необходимо ориентироваться на изучение и исследование потребительского спроса, на первый план выходят принципиально новые аспекты функционирования данного предприятия, подавляющая доля которых связана с его маркетинговой деятельностью. Новым и перспективным инструментом для формирования успешного имиджа отечественных предприятий является социально ориентированный маркетинг. Понятие «Социально ориентированный маркетинг», как и «социальный маркетинг», ученые трактуют по-разному, можно выделить два основных подхода:

социально-этический маркетинг как концепция маркетинга, с помощью которой предприятия удовлетворяют потребности целевого рынка, при этом заботятся об обеспечении благополучия потенциальных потребителей и общества в целом;

социально-ответственный маркетинг как деятельность предприятия, направленная на осуществление социальных программ, помощь социально незащищенным слоям населения, поддержку различных социально ориентированных движений и т.д. [1].

Основными элементами данного вида маркетинга, помимо изучения, формирования и удовлетворения потребностей потребителей, является разработка, реализация и контроль основных социальных программ, которые направлены как на реализацию социальных идей, так и на реализацию практических действий.

Социально-этический маркетинг направлен на разработку и реализацию социальных программ, цель которых состоит в повышении уровня восприятия разными слоями населения определенных социальных проблем, идей, движений и активное вовлечение их в решении данных проблем.

Необходимо отметить, что данный вид маркетинга является особо популярным в Европейских странах, а также в США уже много десятилетий. Основной задачей предприятий с применением данного маркетинга является участие в благотворительных акциях и проектах, что способствует созданию социально-ответственного имиджа компании.

Основным отличием коммерчески ориентированного маркетинга от социально-этического является их целевая направленность. Целью коммерческого предприятия является получение прибыли, в то время как основной целью социально ориентированного предприятия является

изменение поведения и привычек больших слоев населения в лучшую сторону для достижения социальной гармонии в обществе.

Таким образом, можно сказать, что концепция социально ориентированного маркетинга ставит перед предприятием не только задачи обеспечения желаемого уровня удовлетворения потребностей и интересов целевых рынков более эффективным и продуктивным способом, чем у конкурентов, но и требует сохранить и укрепить благосостояние потребителя и общества в целом.

Изначально предприятия стремились исследовать рынок только с целью максимизации прибыли, однако в скором времени они поняли, что в долгосрочной перспективе борьбу за прибыль выигрывает тот, кто лучше может удовлетворить потребности потребителя [2].

Использование этажных коммуникаций в работе современных отечественных предприятий не соответствует ожиданиям потребителей. Это проявляется в низкой степени информирования широкой общественности относительно социальной ответственности и благотворительности. Формальное декларирование ценностей не является приоритетным для современных потребителей. Больше внимание приобретает искренняя заинтересованность предприятий в решении проблем социума. На первый план выносятся не только желание занять лидирующие позиции на рынке, но и улучшить окружающий мир. В эпоху стремительного развития таких средств массовой информации, как интернет, для отечественных предприятий важно показывать свою принадлежность к сторонникам устойчивого развития [3; 4]. Для достижения результата в данном направлении каждая социально-ответственная компания в своем развитии должна придерживаться принципов, предложенных одним из основоположников социально-этичного маркетинга Патрик Байерз:

Стратегическая ответственность. Перед предприятием стоит задача разработать собственную стратегию этического маркетинга, которая поможет сосредоточить внимание на проблемах текущей деятельности путем экономии времени и ресурсов;

Ответственность за публичные сообщения. Уважительное отношение к аудитории и потребителям, простота в донесении сообщения для каждого. Информация должна быть правдивой, не содержать много рекламы и уважать конфиденциальность ее участников;

Социальная ответственность. Важно понимать, что маркетинг не только средство продвижения товара, но и способ влияния на различные составляющие жизни людей;

Ответственность за исполнение. Использование только лучших практик и методик производства товаров;

Ответственность за выбор и обучение сотрудников. Предпринимателю необходимо следить за работой сотрудников и их компетенцией в занимаемой должности;

Ответственность перед окружающей средой. Использование преимущественно экологического сырья и технологий для сохранения внешней среды;

Ответственность за возврат инвестиций. Следует помнить, что каждое решение влияет на чистый доход предприятия.

В процессе переориентации на принципы социально-ответственного маркетинга предприятие должно определить основные аспекты своего маркетингового воздействия, связанные со всеми его операциями, продуктами, услугами, отношениями и внутри предприятия, и извне (табл.1).

Важнейшим элементом социально ориентированного маркетинга является определение и реализация его функций - совокупности видов деятельности, направленных на обеспечение эффективного функционирования хозяйствующего субъекта на рынке. Основные идеи и принципы социально ориентированного маркетинга отражены в таблице 2.

Таблица 1 – Социально ответственные и этические аспекты в маркетинге и производстве

Сфера деятельности	Социальная ответственность
Производство	сохранение окружающей среды и экологии; внедрение безотходных и ресурсосберегающих технологий; обеспечение надлежащего качества товаров; обеспечение безопасных условий труда.
Маркетинговая товарная и коммуникативная политика	учет потребностей потребителей; учет этических и моральных ценностей при разработке товаров, упаковки; разработка адекватной коммуникативной политики, отсутствие пропаганды негативных ценностей; эффективная организация связей с общественностью, прозрачность политики предприятия для потребителей и других контактных аудиторий, создание положительного имиджа и пропаганды этических и нравственных ценностей; участие в благотворительных мероприятиях.
Маркетинговая ценовая политика	установление "честных цен"; соблюдение требований по установлению цен на социальные продукты.
Отношения с партнерами	честность и прозрачность в отношениях со всеми партнерами; применение только легальных добросовестных методов конкурентной борьбы; прозрачные отношения с представителями СМИ

Таблица 2 – Характеристика принципов формирования социально ориентированного маркетинга на предприятии

Принципы маркетинга	Характеристика основных принципов
Принцип суверенитета потребителя	Данный принцип ориентирован на удовлетворение потребностей всех конечных потребителей. При реализации данного принципа необходимо применять инструменты, которые обеспечивают выявление существующих проблем и запросов конечных потребителей.
Принцип концентрации усилий	Сущность данного принципа состоит в сосредоточении усилий и ресурсов на производство товаров и услуг, которые являются действительно необходимы потребителям в определенных сегментах рынка и повышают конкурентоспособность товара и услуг.
Принцип сочетания адаптивности с воздействием на потребителя	Данный принцип предусматривает ориентацию на потребителей. Для реализации данного принципа необходимо применять методы, ориентированные не на реакцию потребителя, а направленные на ее опережение.
Принцип социальной ориентации маркетинга	Данный принцип указывает на необходимость решения не только производственно-технических и экономических проблем, но и на необходимость обязательного учета проблем перспективного развития личности потребителей различных социальных институтов.
Принцип нацеленности на перспективу	Данный принцип отражает необходимость доминирования ориентации деятельности предприятия на долгосрочную перспективу и перспективные направления развития отрасли и ее рынка.
Принцип непрерывности	Указывает на необходимость систематического сбора и обработки Информации, сообщающей о состоянии внешней и внутренней среды организации.
Принцип адекватности	Данный принцип указывает на важность согласования стратегии и конкретных действий с реальными параметрами внешней и внутренней маркетинговой среды.
Принцип гибкости и адаптивности	Ориентирован на изучение и максимальное использование возможностей, возникающих во внешней среде.
Принцип комплексности	Предусматривает согласование генерального стратегического направления деятельности организации, целей ее хозяйственной и маркетинговой деятельности, конкретных проблем, а также способов и инструментов их решения
Принцип вариантности и оптимальности	Данный принцип предполагает разработку альтернативных решений, обеспечивающих достижение намеченной цели с наименьшими затратами.
Принцип экономической обоснованности	Предусматривает, проведение экономического анализа, обоснования и выделения преимуществ выбранного варианта, для подтверждения его целесообразности.
Принцип ситуационного подхода	Ориентирован на принятие решений с учетом не только установленных сроков, но по мере возникновения, обнаружения новых проблем, вариантов их решения.

Все вышеперечисленные принципы отражают всю философию социально-этического маркетинга, относительно запросов потребителей, выбора и формирования стратегии, а также принятие управленческих решений для достижения поставленных целей.

Предприятиям, которые хотят стать социально-ответственными и применять социально ориентированный маркетинг выдвигается ряд требований, среди которых можно выделить ряд основных:

- непрерывный поиск новых возможностей создания продуктов более высокого качества, которые наиболее полно удовлетворяют потребности потребителя;

- отказ от производства товаров, которые противоречат моральным ценностям потребителей и общества в целом;

- создание и внедрение особых программ социально-экономического развития, которые направлены не только на удовлетворение потребностей в развитии самого предприятия, но и общества в целом.

Выполнение предприятием всех требований возможно только в том случае, если оно ведет самостоятельно хозяйствование, а его управление базируется на гуманных, морально-этичных принципах.

Среди основных преимуществ внедрения социально-этичного маркетинга можно выделить:

- увеличение прибыли предприятия и доступ к социально-этичным инвестициям, где инвесторы обращают прежде всего внимание на показатели, которые характеризуют деятельность компании в социальной и этической сферах, а также в области защиты окружающей среды и т.д.;

- оптимизация операционных процессов и сокращения операционных расходов;

- улучшение имиджа и репутации предприятия, повышение качества и конкурентоспособности продукции;

- рост объемов реализации продукции, увеличение доли рынка, повышение лояльности клиентов и инвесторов к предприятию;

- совершенствование компетенции собственного персонала на предприятии;

- совершенствование внутреннего менеджмента;

- налаживание отношений с заинтересованными сторонами и т.д.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении по данной проблеме. Обобщая все вышесказанное, можно утверждать, что внедрение социально-этичного маркетинга на предприятии несет в себе большой потенциал для роста и успеха компании на рынке, особенно в условиях, в которых функционируют предприятия в ДНР. Реализация данной стратегий

формирует не только позитивное настроение в обществе, но и привлекает расположение и лояльность потребителей, которые являются неотъемлемой частью современного общества. Вместе с тем формируется и положительный имидж предприятия, новое общественное мнение и приобретает новый сегмент лояльных потребителей. Значение внедрения социально ориентированного маркетинга на предприятии в целом определяется повышением уровня социально-экономического развития предприятия и обеспечением реализации социальной политики Донецкой Народной Республики. Перспективами дальнейших исследований является разработка конкретных мероприятий по реализации концепции социально ориентированного маркетинга в условиях различных рыночных сегментов.

Список использованной источников

1. Годин, А.М. Маркетинг: учебник: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело» (квалификация «бакалавр») / А. М. Годин. – 12-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 655 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс–курс / Котлер Ф., Келлер К. – 6-е изд. – Санкт–Петербург [и др.]: Питер, Прогресс книга, 2019. – 448 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15-е изд. – Санкт–Петербург [и др.]: Питер, Прогресс книга, 2020. – 844 с.
4. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для академического бакалавриата: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / Е.Е. Кузьмина. – Москва: Юрайт, 2018. – 384 с.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АКТИВОВ НЕЙРОМАРКЕТИНГА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

СТРОКИНА Л.А.

ст. преподаватель

*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР*

В статье разработан научно-методический подход к оценке стратегических активов нейромаркетинга и их влияния на поведение покупателей, разработана матрица стратегических активов нейромаркетинга торговых предприятий; доказана взаимосвязь между стратегическими активами нейромаркетинга и поведением покупателей разных поколений в процессе принятия решения о покупке.

Ключевые слова: *нейромаркетинг, стратегические активы нейромаркетинга, поведение покупателей.*

ASSESSMENT OF THE INFLUENCE OF STRATEGIC ASSETS OF NEUROMARKETING ON BUYER BEHAVIOR

STROKINA L. A.

sr. lector

*SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named
after Mikhail Tugan-Baranovskiy», Donetsk, DPR*

The article developed a scientific and methodological approach to assessing strategic assets of neuromarketing and their impact on customer behavior, developed a matrix of strategic assets of neuromarketing of retail enterprises; the relationship between strategic assets of neuromarketing and the behavior of buyers of different generations in the process of making a purchase decision has been proven.

Keywords: *neuromarketing, strategic assets of neuromarketing, shopper behavior.*

Постановка проблемы. Турбулентность внешней маркетинговой среды, изменение предпринимательской парадигмы, неопределенность и повышенный риск, динамичное поведение покупателей требуют поиска новых механизмов обеспечения конкурентоспособности и развития предприятия. В условиях цифровизации одним из доминирующих инструментов воздействия на поведение покупателей является

нейромаркетинг. Именно поэтому важно систематически проводить оценку влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей.

Анализ исследований и публикаций. Изучение научных работ по управлению поведением покупателей и нейромаркетингу разных авторов, среди которых Канеман Д. [1], Котлер Ф. [2], Трайндл А. [3] и другие, свидетельствует об отсутствии единого подхода к оценке стратегических активов нейромаркетинга и их влияния на поведение покупателей.

Цель статьи. Целью статьи является проведение оценки влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей.

Изложение основного материала. Для того, чтобы оценить степень воздействия стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей, мы провели анализ по трем этапам (рис. 1):

- анализ стратегических активов нейромаркетинга;
- анализ результативности управления поведением покупателей;
- корреляционный анализ влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей.

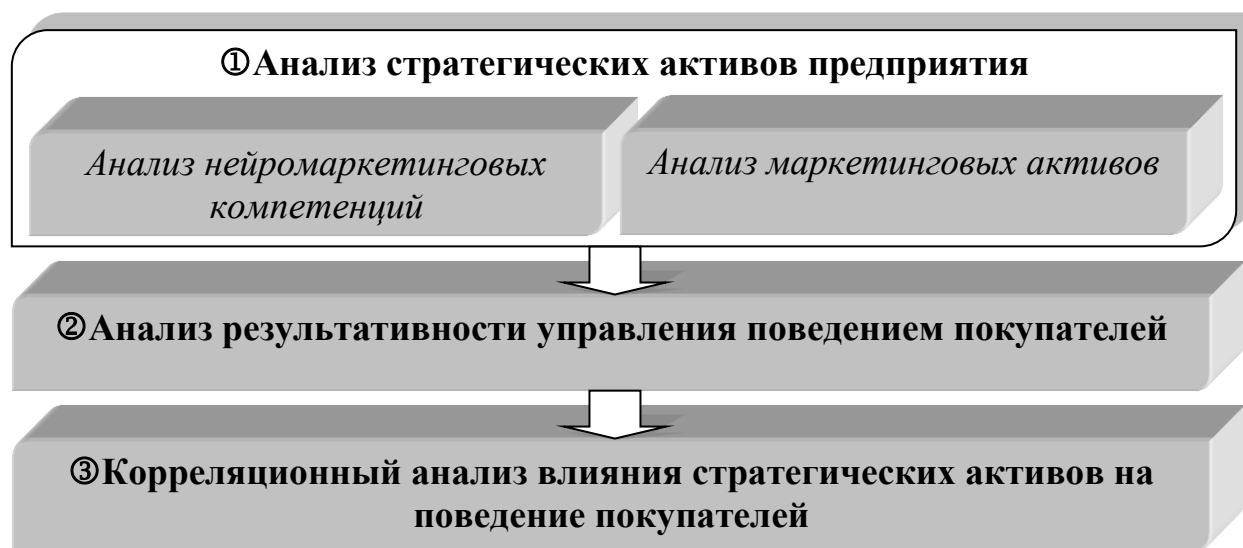


Рис. 1. Алгоритм оценки влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей (авторская разработка)

Анализ стратегических активов нейромаркетинга проведен в разрезе составляющих: нейромаркетинговых компетенций и маркетинговых активов.

Анализ нейромаркетинговых компетенций проведен по следующим направлениям:

- компетентность персонала в сфере нейромаркетинга;
- овладение инструментарием нейромаркетинга;
- открытость к изменениям;

- гибкость организационной структуры;
- уровень цифровизации бизнес-процессов.

Обобщение результатов анализа нейромаркетинговых компетенций показало, что в среднем предприятия кластеров В и У имеют средний уровень нейромаркетинговых компетенций (3,35 балла и 3,39 балла соответственно при max 5,00 баллов), а предприятия кластеров Х, Z и А – достаточный уровень (3,43 балла, 3,49 балла и 3,40 балла соответственно). Среди предприятий кластера В достаточный уровень нейромаркетинговых компетенций имеют торговая сеть «Обжора» и магазин «Blanco» (3,42 балла и 3,47 балла соответственно), а гипермаркет «Караван» и магазин «Валентино» – средний уровень (3,35 балла и 3,15 балла соответственно); в кластере Х достаточный уровень нейромаркетинговых компетенций имеют гипермаркет «СИГМА ЛЕНД», торговая сеть «Геркулес МОЛОКО» и торговая сеть «МОЛОКО косметик» (3,44 балла, 3,57 балла и 3,54 балла соответственно), а торговая сеть «Камелия» – средний уровень (3,18 балла); среди предприятий кластера У достаточный уровень нейромаркетинговых компетенций имеют торговая сеть «ТЕХНО-БУМ» и торговая сеть «Семейный квартал» (3,41 балла и 3,55 балла соответственно), а торговая сеть «Техника» и торговая сеть «GoodZone» – средний уровень (3,28 балла и 3,31 балла соответственно); в кластере Z достаточный уровень нейромаркетинговых компетенций имеют торговая сеть «Фокс» и торговая сеть «Технодом» (3,80 балла и 3,50 балла соответственно), а магазин «FABRIKA» и магазин «Vitones» – средний уровень (3,39 балла и 3,26 балла соответственно); в кластере А достаточный уровень нейромаркетинговых компетенций имеют торговая сеть «МАЛЫШ», магазин детских товаров «Антарес» и торговая сеть «Зебра» (3,63 балла, 3,44 балла и 3,51 балла соответственно), а магазин детских товаров «Маугли» – средний уровень (3,02 балла).

Анализ маркетинговых активов проведен по следующим направлениям:

- знание целевого рынка;
- торговые марки;
- лояльность покупателей;
- маркетинговая стратегия;
- информационная инфраструктура предприятия.

Обобщение результатов анализа маркетинговых активов торговых предприятий показало, что в среднем предприятия кластеров В, Х и Z имеют достаточный уровень маркетинговых активов (3,52 балла, 3,73 балла и 3,47 балла соответственно при max 5,00 баллов), а предприятия кластеров У и А – средний уровень (3,36 балла и 3,33 балла соответственно). Среди предприятий кластера В достаточный уровень

маркетинговых активов имеют гипермаркет «Караван» и торговая сеть «Обжора» (3,78 балла и 3,81 балла соответственно), а магазин «Blanco» и магазин «Валентино» - средний уровень (3,37 балла и 3,14 балла соответственно); все предприятия кластера X имеют достаточный уровень маркетинговых активов (гипермаркет «СИГМА ЛЕНД» - 3,78 балла, торговая сеть «Геркулес MOLOKO» - 3,85 балла, торговая сеть «Камелия» - 3,58 балла, торговая сеть «MOLOKO косметик» - 3,71 балла); все предприятия кластера Y имеют средний уровень маркетинговых активов (торговая сеть «ТЕХНО-БУМ» – 3,39 балла, торговая сеть «Техника» - 3,31 балла, торговая сеть «Семейный квартал» – 3,39 балла, торговая сеть «GoodZone» - 3,36 балла); в кластере Z достаточный уровень маркетинговых активов имеют торговая сеть «Фокс» и магазин «FABRIKA» (3,70 балла и 3,66 балла соответственно), а торговая сеть «Технодом» и магазин «Vitones» - средний уровень (3,29 балла и 3,24 балла соответственно); среди предприятий кластера A достаточный уровень маркетинговых активов имеет торговая сеть «МАЛЫШ» (3,67 балла), а магазин детских товаров «Антарес», торговая сеть «Зебра» и магазин детских товаров «Маугли» (3,31 балла, 3,32 балла и 3,03 балла соответственно).

Таким образом, анализ стратегических активов нейромаркетинга (табл. 1) показал, что в среднем предприятия кластеров B, X и Z имеют достаточный уровень стратегических активов нейромаркетинга (3,43 балла, 3,58 балла и 3,48 балла соответственно при max 5,00 баллов), а предприятия кластеров Y и A – средний уровень (по 3,37 балла).

Среди предприятий кластера B достаточный уровень стратегических активов нейромаркетинга имеют гипермаркет «Караван», торговая сеть «Обжора» и магазин «Blanco» (3,56 балла, 3,61 балла и 3,42 балла соответственно), а магазин «Валентино» - средний уровень (3,14 балла); в кластере X достаточный уровень стратегических активов нейромаркетинга имеют гипермаркет «СИГМА ЛЕНД», торговая сеть «Геркулес MOLOKO» и торговая сеть «MOLOKO косметик» (3,61 балла, 3,71 балла и 3,62 балла соответственно), а торговая сеть «Камелия» - средний уровень (3,37 балла); среди предприятий кластера Y достаточный уровень стратегических активов нейромаркетинга имеет торговая сеть «Семейный квартал» (3,47 балла), а торговая сеть «ТЕХНО-БУМ», торговая сеть «Техника» и торговая сеть «GoodZone» - средний уровень (3,40 балла, 3,29 балла и 3,34 балла соответственно); в кластере Z достаточный уровень стратегических активов нейромаркетинга имеют торговая сеть «Фокс» и магазин «FABRIKA» (3,75 балла и 3,52 балла соответственно), а торговая сеть «Технодом» и магазин «Vitones» – средний уровень (3,39 балла и 3,25 балла соответственно); в кластере A достаточный уровень стратегических

активов нейромаркетинга имеют торговая сеть «МАЛЫШ» и торговая сеть «Зебра» (3,65 балла и 3,42 балла соответственно), а магазин детских товаров «Антарес» и магазин детских товаров «Маугли» – средний уровень (3,37 балла и 3,03 балла соответственно).

Таблица 1 – Оценка стратегических активов нейромаркетинга

Предприятия	Оценка, баллы		Интегрированная оценка, баллы	Уровень стратегических активов нейромаркетинга
	Нейромаркетинговые компетенции	Маркетинговые активы		
Кластер В			3,43	Достаточный
Гипермаркет «Караван»	3,35	3,78	3,56	Достаточный
Торговая сеть «Обжора»	3,42	3,81	3,61	Достаточный
Магазин «Blanco»	3,47	3,37	3,42	Достаточный
Магазин «Валентино»	3,15	3,14	3,14	Средний
Кластер Х			3,58	Достаточный
Гипермаркет «СИГМА ЛЕНД»	3,44	3,78	3,61	Достаточный
Торговая сеть «Геркулес МОЛОКО»	3,57	3,85	3,71	Достаточный
Торговая сеть «Камелия»	3,18	3,58	3,37	Средний
Торговая сеть «МОЛОКО косметик»	3,54	3,71	3,62	Достаточный
Кластер Y			3,37	Средний
Торговая сеть «ТЕХНО-БУМ»	3,41	3,39	3,40	Средний
Торговая сеть «Техника»	3,28	3,31	3,29	Средний
Торговая сеть «Семейный квартал»	3,55	3,39	3,47	Достаточный
Торговая сеть «GoodZone»	3,31	3,36	3,34	Средний
Кластер Z			3,48	Достаточный
Торговая сеть «Фокс»	3,80	3,70	3,75	Достаточный
Торговая сеть «Технодом»	3,50	3,29	3,39	Средний
Магазин «FABRIKA»	3,39	3,66	3,52	Достаточный
Магазин «Vitones»	3,26	3,24	3,25	Средний
Кластер А			3,37	Средний
Торговая сеть «МАЛЫШ»	3,63	3,67	3,65	Достаточный
Магазин детских товаров «Антарес»	3,44	3,31	3,37	Средний
Торговая сеть «Зебра»	3,51	3,32	3,42	Достаточный
Магазин детских товаров «Маугли»	3,02	3,03	3,03	Средний

С помощью матрицы стратегических активов нейромаркетинга (рис. 2) выявлено, что в зоне стратегического роста находятся одно

предприятие кластера В (торговая сеть «Обжора»), три предприятия кластера Х (гипермаркет «СИГМА ЛЕНД», торговая сеть «Геркулес МОЛОКО», торговая сеть «МОЛОКО косметик»), одно предприятие кластера Z (торговая сеть «Фокс») и одно предприятие кластера А (торговая сеть «МАЛЫШ»). Все остальные предприятия находятся в зоне стратегической стабильности.

		Уровень нейромаркетинговых компетенций				
		Высокий	Достаточный	Средний	Удовлетворительный	Низкий
Уровень маркетинговых активов	Высокий	①	②	⑤	⑤	⑤
	Достаточный	②	② торговая сеть «Обжора» (В) гипермаркет «СИГМА ЛЕНД» (Х) торговая сеть «Геркулес МОЛОКО» (Х) торговая сеть «МОЛОКО косметик» (Х) торговая сеть «Фокс» (Z) торговая сеть «МАЛЫШ» (А)	③ гипермаркет «Караван» (В) торговая сеть «Камелия» (Х) магазин «FABRIKA» (Z)	⑧	⑧
	Средний	④	③ магазин «Blanco» (В) торговая сеть «ТЕХНО-БУМ» (Y) торговая сеть «Семейный квартал» (Y) торговая сеть «Технодом» (Z) магазин детских товаров «Антарес» (А) торговая сеть «Зебра» (А)	③ магазин «Валентино» (В) торговая сеть «Техника» (Y) торговая сеть «GoodZone» (Y) магазин «Vitones» (Z) магазин детских товаров «Маугли» (А)	⑥	⑧
	Удовлетворительный	④	⑦	⑥	⑥	⑨
	Низкий	④	⑦	⑦	⑨	⑨

Условные обозначения:

- ① - Зона стратегического превосходства
- ② - Зона стратегического роста
- ③ - Зона стратегической стабильности
- ④ - Зона доминирования нейромаркетинговых компетенций
- ⑤ - Зона доминирования маркетинговых активов
- ⑥ - Зона стратегической неопределенности
- ⑦ - Зона слабых маркетинговых активов
- ⑧ - Зона слабых нейромаркетинговых компетенций
- ⑨ - Зона аутсайдеров

Рис. 2. Матрица стратегических активов нейромаркетинга торговых предприятий (авторская разработка)

Анализ результативности управления поведением покупателей проведен в разрезе этапов принятия решения о покупке покупателем: осознание необходимости, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

Обобщение результатов анализа результативности управления поведением покупателей показало, что в среднем предприятия кластера В имеют средний уровень результативности управления поведением покупателей (3,35 балла при max 5,00 баллов), а предприятия кластеров Х, Y, Z и А – достаточный уровень (3,89 балла, 3,76 балла, 3,52 балла и 3,53 балла соответственно).

При этом среди предприятий кластера В достаточный уровень результативности управления поведением покупателей имеют гипермаркет «Караван» и торговая сеть «Обжора» (3,76 балла и 3,73 балла соответственно), а магазин «Blanco» и магазин «Валентино» - средний уровень (3,08 балла и 2,82 балла соответственно); в кластере Х высокий уровень результативности управления поведением покупателей имеет торговая сеть «Геркулес MOLOKO» (4,32 балла), достаточный уровень – гипермаркет «СИГМА ЛЕНД» и торговая сеть «MOLOKO косметик» (3,78 балла и 4,08 балла соответственно), а торговая сеть «Камелия» - средний уровень (3,36 балла); все предприятия кластера Y имеют достаточный уровень результативности управления поведением покупателей (торговая сеть «ТЕХНО-БУМ» - 3,62 балла, торговая сеть «Техника» - 3,52 балла, торговая сеть «Семейный квартал» - 4,14 балла, торговая сеть «GoodZone» - 3,75 балла); среди предприятий кластера Z достаточный уровень результативности управления поведением покупателей имеют торговая сеть «Фокс» и магазин «FABRIKA» (3,77 балла и 3,70 балла соответственно), а торговая сеть «Технодом» и магазин «Vitones» - средний уровень (3,37 балла и 3,24 балла соответственно); в кластере А достаточный уровень результативности управления поведением покупателей имеют торговая сеть «МАЛЫШ», магазин детских товаров «Антарес» и торговая сеть «Зебра» (3,88 балла, 3,47 балла и 3,88 балла соответственно), а магазин детских товаров «Маугли» - средний уровень (2,90 балла).

Корреляционный анализ влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей (табл. 2) предполагает определение взаимосвязи между стратегическими активами нейромаркетинга и результативностью управления поведением покупателей. Коэффициент корреляции был рассчитан по формуле:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}}, \quad (1)$$

где X_i, Y_i – переменные,
 $\bar{X}, \bar{Y}$ – выборочные средние.

С помощью корреляционного анализа была определена взаимосвязь между стратегическими активами нейромаркетинга торгового предприятия (X) и результативностью управления поведением покупателей на этапе осознания необходимости (Y_1), поиска информации (Y_2), оценки вариантов (Y_3), решения о покупке (Y_4), реакции на покупку (Y_5).

Сила корреляции определена по следующей шкале: $0 < r \leq 0,2$ – очень слабая, $0,2 < r \leq 0,5$ – слабая, $0,5 < r \leq 0,7$ – умеренная, $0,7 < r \leq 0,9$ – высокая, $0,9 < r \leq 1,0$ – очень высокая.

В целом между стратегическими активами нейромаркетинга и результативностью управления поведением покупателей наблюдается высокая сила корреляции ($r=0,79$). При этом в кластерах В ($r=0,93$), Х ($r=0,96$), Z ($r=0,94$) и А ($r=0,93$) наблюдается очень высокая сила корреляции. Это свидетельствует о том, что с помощью нейромаркетинга можно эффективно управлять поведением покупателей. Между стратегическими активами нейромаркетинга и результативностью управления поведением покупателей на этапе осознания необходимости в целом наблюдается высокая сила корреляции ($r=0,75$). При этом в кластерах В ($r=0,95$), Х ($r=0,91$) и Y ($r=0,96$) она очень высокая, а в кластере Z – умеренная ($r=0,64$). Умеренная сила корреляции говорит о том, что предприятия, нейромаркетинговое воздействие которых направлено преимущественно на покупателей поколения Z, еще не полностью научились удерживать внимание покупателей данного поколения на этапе осознания необходимости в товаре.

Между стратегическими активами нейромаркетинга и результативностью управления поведением покупателей на этапе поиска информации в целом наблюдается высокая сила корреляции ($r=0,76$). При этом в кластерах В ($r=1,00$), Х ($r=0,96$) и А ($r=0,90$) она очень высокая, а в кластере Y – умеренная ($r=0,61$). Умеренная сила корреляции говорит о том, что предприятия, нейромаркетинговое воздействие которых направлено преимущественно на покупателей поколения Y, не всегда используют те каналы коммуникаций, которые предпочитают покупатели данного поколения на этапе поиска информации о товаре.

Между стратегическими активами нейромаркетинга и результативностью управления поведением покупателей на этапе оценки вариантов в целом наблюдается слабая сила корреляции ($r=0,39$). При этом в кластерах Y ($r=0,82$), Z ($r=0,85$) и A ($r=0,88$) она высокая, а в кластерах B ($r=0,69$) и X ($r=0,67$) – умеренная. Умеренная сила корреляции говорит о том, что предприятия, нейромаркетинговое воздействие которых направлено преимущественно на покупателей поколения бэби-бумеров и X, слабо используют методы убеждения и демонстрации преимуществ товаров на этапе оценки вариантов покупателями данных поколений.

Между стратегическими активами нейромаркетинга и результативностью управления поведением покупателей на этапе решения о покупке в целом наблюдается слабая сила корреляции ($r=0,38$). При этом в кластерах B ($r=0,83$), X ($r=0,71$), Y ($r=0,82$) и A ($r=0,90$) она высокая, а в кластере Z – умеренная ($r=0,70$). Умеренная сила корреляции свидетельствует о специфике покупателей поколения Z принимать решение о покупке, которая еще не до конца изучена, как наукой, так и бизнесом.

Между стратегическими активами нейромаркетинга и результативностью управления поведением покупателей на этапе реакции на покупку в целом наблюдается умеренная сила корреляции ($r=0,60$). При этом в кластерах B ($r=0,83$), Z ($r=0,85$) и A ($r=0,73$) она высокая, а в кластерах X ($r=0,64$) и Y ($r=0,69$) – умеренная. Умеренная сила корреляции говорит о том, что предприятия, нейромаркетинговое воздействие которых направлено преимущественно на покупателей поколения X и Y, недостаточно прорабатывают обратную связь и жалобы со стороны покупателей данных поколений.

Выводы. Таким образом, чтобы понять причины недостаточно высокого влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей разных поколений целесообразно провести оценку результативности управления нейромаркетингом торговых предприятий.

Перспективами дальнейших исследований являются разработка научно-методических подходов к оценке результативности управления нейромаркетингом торговых предприятий.

Список использованных источников

1. Канеман Дэниел. Думай медленно... Решай быстро: Think slowly... Decide quickly [Текст]: пер. с англ./ Марии Мацковской; [под ред. Д. О. Хотинского]. – Москва.: Москва, 2015. – 857 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – [12-е изд.] – СПб. : Питер, 2012. – 816 с. – ISBN 978-5-459-00841-8.

3. Трайндл А. Нейромаркетинг: Визуализация эмоций. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 112с.

УДК 339.138:004.738.5

DOI 10.5281/zenodo.5116212

НАТИВНАЯ РЕКЛАМА КАК ИННОВАЦИОННЫЙ РЫЧАГ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

ЛИЗОГУБ Р. П.

канд. экон. наук, доцент

ВАРТАНЯН Д.А.

магистрант

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики» Донецк, ДНР*

В статье проведено исследование нативной рекламы и нативного маркетинга как инновационного рычага интернет-маркетинга с целью анализа и разработки рекомендаций по её использованию субъектами хозяйствования ДНР. Обоснована необходимость совершенствования и развития действующей системы интернет-маркетинга, путем популяризации нативного маркетинга в интернет-сфере.

Ключевые слова: нативная реклама, интернет-маркетинг, социальные сети.

NATIVE ADVERTISING AS AN INNOVATIVE LEVER OF INTERNET MARKETING

LIZOGUB R. P.

candidate of economic sciences, associate professor,

VARTANIAN D.A

master's degree student

*SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR*

The article studies native advertising and native marketing as an innovative lever of Internet marketing in order to analyze and develop recommendations for its use by business entities of the DPR. The need to improve and develop the current Internet marketing system has been substantiated by popularizing native marketing in the Internet sphere.

Keywords: native advertising, internet marketing, social networks.

Актуальность. В современных условиях эффективность интернет-маркетинга определяется работой интернет-маркетологов, а именно их способностью к созданию креативов и адаптации к быстрым изменениям как в Интернет-сфере, так и в мире в целом. Актуальность статьи объясняется важностью изучения новой категории «нативного маркетинга», с помощью которого реклама в интернете может привлечь больший интерес и внимание к себе. Уникальные креативы не только заинтересуют потенциального потребителя, но и помогут пройти модерацию искусственным интеллектом социальных сетей за счет отсутствия навязчивой рекламы. Помимо этого, подобная реклама увеличивает имидж и рейтинг среди конкурентов в отрасли. Необходимость изучения и использования нативной рекламы на территории Донецкой Народной Республики обусловлена ростом конкурентной среды, а также сложностями при осуществлении рекламных кампаний в интернет-сфере.

Анализ последних исследований и публикаций. Классический пример самой первой нативной рекламы датируется серединой XIX века, когда в журнале «The Fittow» американский кузнец Джон Дир опубликовал фермерские советы с рекомендацией использовать его особые плуги, помогающие рыхлить болотистую почву местности. Таким образом, кузнец смог поднять заказы на свои услуги в 3, а затем и в 30 раз, положив начало международному производству тракторной и другой сельскохозяйственной техники. Однако сам термин, как таковой, был предложен Фредом Уилсоном только в 2011 году.

Несмотря на доказанную эффективность и длительный опыт применения нативной рекламы, на данный момент количество научных публикаций о важности её применения крайне ограничено. По мнению Мелеховой А.С. [1, с. 243] стандартного определения нативной рекламы не существует, однако по своей сути, нативная реклама – это реклама, которая соответствует формату, функциям, и тематике платформы, на которой она размещается. Естественность такой рекламы обусловлена тем, что она воспринимается как оригинальный, родной контент.

В приведенных исследованиях и публикациях подтверждена эффективность использования нативной рекламы, как одного из самых прогрессивных инструментов продвижения в интернет-маркетинге. Тенденция развития рекламы в сети Интернет говорит о том, что для сохранения высокого уровня конкурентоспособности необходимо осваивать интернет-рынок рекламных услуг и привлекать опытных SMM-специалистов.

Цель статьи. Исследование нативной рекламы и нативного маркетинга как инновационного рычага интернет-маркетинга с целью

анализа и разработки рекомендаций по её использованию субъектами хозяйствования ДНР.

Изложение основного материала исследования. На данный момент рекламный рынок Российской Федерации (далее – РФ) и ДНР восстанавливается после последствий тяжелой пандемии. Согласно информации портала prc.world, такие международные компании, как Magna Global и Zenith уверены, что интернет-рынок будет расти быстрее, чем глобальный. Так, в Magna Global, подразделении международной рекламной группы IPG Mediabrands, прогнозируют рост на 10% – до 533 млрд рублей. В настоящее время средние темпы роста глобального рынка рекламы оцениваются в 7,6% [2].

В настоящее время интернет-реклама с уверенностью занимает лидирующую позицию среди прочих видов маркетинговых услуг. Для сравнения приведем объем рекламы в средствах ее распространения в 2020 году на основании данных, полученных от аналитического центра НСК по маркетинговым исследованиям в таблице 1.

Таблица 1 – Объем рекламы в средствах ее распространения в 2020 году (млрд. руб.) на основании данных от аналитического центра НСК [3]

№	Вид рекламы	Объем рекламы	Рост объема
1	Телевидение	169	-3%
2	Радио	11,2	-30%
3	Пресса	8,0	-47%
4	Out Of Home (рекламные щиты, сити-формат)	32,2	-27%
5	Интернет-реклама	253,0	4%
	Итого	473,4	-4%

Исходя из данных таблицы можно сделать вывод о том, что положительная динамика роста наблюдается только в сфере интернет-маркетинга. Более того, объем интернет-рекламы занимает 53% от общего объема рекламных услуг. Это значит, что субъектам хозяйствования необходимо не только осваивать рекламу в сети Интернет, но и исследовать методы применения интернет-маркетинга для достижения наилучшего результата в условиях быстрорастущей конкретности рынка. Одним из самых недооцененных инструментов интернет-маркетинга является применение нативной рекламы, с помощью которой реклама в сети Интернет приобретает доверительный характер и помогает привлечь наибольшее внимание к рекламному объявлению среди других конкурентов.

Нативная реклама – это естественная реклама, о наличии которой читатель не задумывается. Данный вид рекламы исключает любой

призыв к действию (отсутствие ссылок-переходов) и не имеет цели ввести читателя в заблуждение: потребителю понятно, что пост или статья являются рекламным продуктом [4, с. 101].

Преимущества использования нативной рекламы заключаются в том, что данный вид рекламы не оказывает давления на потенциального потребителя, вследствие чего, решение о покупке принимает он сам. Ненавязчивая, но в то же время эффективная реклама может стать прорывом в области всеобщей информатизации и глобального развития интернет-маркетинга.

Нативная реклама ориентирована на определенные ценности для аудитории, от чего она имеет образовательную, информативную и медийную ценность. Эта реклама отличается от обычной, поэтому аудитория относится к ней положительно, что помогает рекламному объявлению избежать баннерной слепоты. Секрет нативной рекламы заключается в создании ассоциативного ряда, который может быть направлен как на общую, так и на определенную аудиторию. Данный ряд, как правило, состоит из различных отсылок к элементам поп-культуры, таких как музыка, кино, мемы и новости.

В сравнении с традиционными баннерами, после просмотра нативной рекламы у потребителя увеличивается желание совершить покупку в Интернете (как правило, на 18%). Исследования показали, что 52% потребителей намереваются совершить покупку после просмотра нативной рекламы и только 34% – после просмотра обычной. Большинство из тех, кто уже купил рекламируемый товар (71%), ответили, что стали идентифицировать себя с брендом после просмотра интересной и ненавязчивой рекламы [5, с. 166].

Если рассматривать нативную рекламу в общем комплексе интернет-рекламы, то отдельного вида нативного маркетинга, как такового, по нашему мнению, не существует: этот рекламный инструмент применяется в контекстной, таргетированной и прочей рекламе. Прежде всего, это наиболее грамотный способ подачи информации, а не отдельная разновидность интернет-рекламы.

Наиболее благоприятным фактором нативной рекламы является отсутствие теневого бана или баннерной слепоты в социальных сетях. Под блокировку попадают те объявления, которые могут содержать рекламные слоганы, объявления или ссылки на сторонние ресурсы.

Разберем как работает система просмотров публикаций и объявлений на примере социальной сети ВКонтакте: публикуемый контент в обязательном порядке проходит проверку специальным искусственным интеллектом – Немезидой. Данный алгоритм разработан для защиты оригинального контента от копирования внутри социальной

сети. Цель работы алгоритма заключается в том, чтобы авторские и уникальные материалы получали наибольший охват. Искусственный интеллект анализирует объявления, их релевантность и ключевые слова. Если алгоритмы Немезиды замечают, что пост или объявление само по себе уникально, то оно получает наибольший охват. В данном случае, уникальность контента определяется отсутствием аналогов по сети.

Разберем пример нативной рекламы на примере ТРЦ «Донецк Сити» на рис. 1.

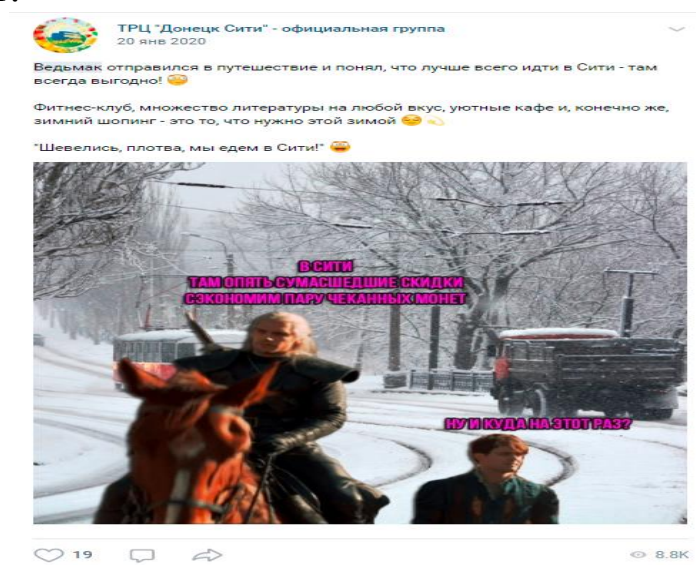


Рис. 1. Пример нативной рекламы на примере рекламного поста торгово-развлекательного центра «Донецк Сити»

ТРЦ «Донецк Сити» является одной из первых организаций на территории ДНР, которая начала применять нативную рекламу на своих страницах в социальных сетях. Рекламное объявление на рис. 1 не содержит ссылок-переходов и не имеет точечного призыва к действию: потенциальный посетитель проецирует персонажей популярного сериала на себя, затем оценивает рекламу как положительную и самостоятельно приходит к выводу совершить аналогичное действие. Кроме этого, уникальный контент показывает эффективную работу алгоритма «Немезида» – неформальный рекламный пост набрал более 8000 просмотров, в то время, как среднее количество просмотров прочих объявлений варьируется от одной до двух тысяч.

Интересно упомянуть и тот факт, что помимо «Немезиды», ВКонтакте имеет другой искусственный интеллект, основанный на технологиях машинного обучения и нейронных сетей – «Прометей». Данный алгоритм направлен для поиска и поддержки интересных авторов: система постоянно находит создателей уникальных материалов и следит за их достижениями. «Прометей» помечает обладателей уникального контента: талантливые пользователи и интересные

сообщества получают специальную метку в виде изображения огня, а заодно – повышенные охваты. Однако алгоритмы искусственного интеллекта несовершенны, в связи с чем помеченный контент может транслироваться той аудитории, которая совершенно не заинтересована в нем.

Несмотря на несовершенство алгоритмов, мы можем сделать вывод о том, что нативная реклама является эффективным средством, которое использует современную поп-культуру в качестве привлечения к скрытому смыслу рекламного объявления. Неформальный подход к интернет-рекламе привлекает к себе наибольшее внимание: необычное объявление вызывает интерес у потенциального потребителя, который даже не задумывается о том, что уже попал в рекламную сеть. Подобный подход получил широкое применение в середине прошлого века и назывался продакт-плейсментом.

Продакт-плейсмент – это вид скрытой рекламы, предусматривающий собой включение продукта, услуги или торговой марки в любой форме аудиовизуальных коммерческих коммуникаций [6, с. 286]. Таким образом, рекламируемый продукт получает не только широкий охват: миллионы зрителей кино, сериалов и ситкомов стараются быть похожими на своих героев. В современном смысле такие понятия, как продакт-плейсмент и нативная реклама очень похожи по своему назначению: они оба являются частью поп-культуры, наиболее эффективны и не имеют давления на потенциального потребителя.

Как видим, преимущества применения нативной рекламы достаточно весомы. Однако, прежде чем начать использовать данный инструмент для продвижения собственного ресурса, необходимо ознакомиться с его проблемами и недостатками.

Рассмотрим основные причины сложности применения нативного маркетинга субъектами хозяйствования Донецкой Народной Республики:

одной из главных причин недостаточного развития нативной рекламы является отсутствие осведомленности о применении приемов данного комплекса маркетинга, как такого – данная реклама является актуальным феноменом, и далеко не все готовы рисковать имиджем компании в случае неудачи. Неготовность многих субъектов хозяйствования (в особенности, крупных) к сближению с аудиторией и неформальному диалогу приводит к отсутствию заинтересованности со стороны обычного потребителя из-за сложной подачи даже полезной для него информации. Решение этой проблемы полностью зависит от руководства компании, а именно, от её желания развиваться,

адаптироваться и совершенствоваться с учетом современных требований;

вторая причина заключается в актуальности применения приёмов нативного маркетинга. Реклама начинается с идеи, после чего проходит этап согласования и заканчивается запуском, однако её реализация требует достаточных затрат времени, в связи с чем она может быстро утратить свою актуальность. Именно поэтому интернет-маркетолог должен продумывать свою рекламную кампанию заранее, собирая нужную информацию не только о необходимом рекламном бюджете, но и о популярности того поп-явления, которое он отражает в своей рекламной кампании;

третьей проблемой является отсутствие четкого и прямого посыла рекламного объявления – несмотря на то, что его скрытый смысл помогает избежать блокировки искусственным интеллектом, существует риск отсутствия должного понимания данного объявления со стороны потенциальных покупателей. Решение проблемы заключается в грамотном составлении текста контент-менеджером и визуал-макета дизайнером соответственно.

Тем не менее, несмотря на имеющиеся проблемы, все больше и больше субъектов хозяйствования ДНР применяют нативную рекламу в своих объявлениях. К примеру, элементы нативного маркетинга активно используются в социальных сетях ТРЦ «Донецк Сити», СЦР «Фунтура», Донецкого Пивоваренного Завода и т.д.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении. Интернет-технологии уверенно начинают занимать доминирующее место на рынке рекламных услуг ДНР. На данный момент огромную популярность приобретают интенсивы и курсы, направленные на изучение приёмов интернет-маркетинга, в состав которых входит нативная реклама и особенности её применения. К сожалению, в государственных образовательных учреждениях данная информация не имеет широкого распространения, несмотря на то, что данные знания имеют высокую цену на рынке труда.

В эпоху всеобщей цифровизации и информатизации общественных процессов практически всем субъектам хозяйствования необходимо адаптироваться и внедрять новые изменения, чтобы оставаться конкурентоспособным в условиях развивающейся цифровой экономики.

Нативная реклама является новым стремительным феноменом в сфере интернет-маркетинга. Отсутствие навязчивости и неформальный стиль делают рекламное объявление уникальным и достойным просмотра, однако постоянные изменения в информационных процессах приводят едва ли не к ежедневному «устареванию» информации, в связи

с чем каждому интернет-маркетологу необходимо следить за её актуальностью и релевантностью. Изучение и применение особенностей нативного маркетинга поможет привлечь дополнительное внимание потенциальных покупателей и повысить имидж субъекта хозяйствования не только на рынке ДНР, но и в интернет-сфере.

В качестве основных направлений дальнейшего развития нативного маркетинга можно выделить:

расширение влияния интернет-маркетинга в общей сфере маркетинговых коммуникаций;

изменение формата работы в социальных сетях;

применение нативной рекламы как одного из основных инструментов интернет-маркетинга;

установление доверительных взаимоотношений между субъектами хозяйствования и потребителями в сети.

Список использованных источников

1. Мелехова А.С. Нативная реклама как элемент digital-коммуникационной стратегии бренда / А.С. Мелехова / Вестник экономики, права и социологии - 2015 - № 3 - С. 242-245

2. ppc.world [Электронный ресурс]: Образовательный портал – Режим доступа: <https://ppc.world/news/reklamnyy-rynok-v-rossii-v-2021-godu-vyrastet-na-10-prognoz-magna-global/>

3. Adindex [Электронный ресурс]: Новости рекламы и маркетинга – Режим доступа: <https://adindex.ru/news/researches/2021/03/18/292058.phtml>.

4. Julia Ch. Яндекс.Дзен без иллюзий. Полное руководство – Ch. Julia, 2019 – 149 с

5. Таппасханова Е.О. Использование цифровых технологий в маркетинге / Е. О. Таппасханова, Р. А. Токмакова, А. Х. Атабиева и др. // Международный научно-исследовательский журнал - 2020 - № 10 (100) Часть 1. - С. 164-168

6. Ромат Е.В., Сендеров Д.В. Маркетинговые коммуникации: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. – Е.В. Ромат, Д.В. Сендеров, СПб.: Питер, 2018 – 496 с.

7. Лизогуб Р.П. Проблемы развития интернет-маркетинга в Донецкой Народной Республике /Лизогуб Р.П.// IV международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы и перспективы развития менеджмента и маркетинга производственных и социальных систем». (г. Донецк, 17 ноября 2020 г.). Секция 2:

Маркетинг и логистика: новые возможности. / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2020. – с.133-136

8. Лунина В.Ю. Роль маркетинговых интернет-коммуникаций в деятельности образовательных организаций /В.Ю.Лунина// Современные тенденции развития маркетинга и логистики: проблемы и решения: материалы междунар. науч.- практ. конф. Донецк, 16 ноября 2016 г., ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк, 2016. – С.85-87.

УДК 331.1

DOI 10.5281/zenodo.5113385

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И ПРОБЛЕМЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

ГОНЧАРОВ В. Н.

д-р экономических наук, профессор

КРИВУЛЯ О. А.

ассистент

ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет»

Луганск, ЛНР

В статье раскрыта сущность понятия «человеческого капитала», пути его воспроизводства. Раскрыто понятие человеческого капитала, и из чего он состоит. Выявлены проблемы формирования и реализации человеческого капитала.

Ключевые слова: *человеческий капитал, инвестиции, потенциал.*

THE EFFECTIVENESS OF THE USE OF HUMAN CAPITAL AND THE CHALLENGES OF ITS FORMATION

GONCHAROV V. N.

doctor of economics, professor

KRIVULYA O. A.

assistant

SEE HE «Luhansk National Agricultural University», Luhansk, LPR

The article reveals the essence of the concept of "human capital", the way of its reproduction. The concept of human capital is revealed, and what it consists of. Problems of the formation and implementation of human capital have been revealed.

Keywords: *human capital, investment, potential.*

Человеческий капитал – важнейшая составляющая деятельности любого предприятия. Именно человеческий капитал предприятия является неисчерпаемым резервом повышения эффективности деятельности предприятия, важным стратегическим потенциалом, который влияет на его конкурентоспособность, определяет направления дальнейшего развития. Человеческий капитал предприятия играет ведущую роль в решении научно технических, экономических и организационных задач по достижению поставленных результатов хозяйствования. Уровень обеспеченности предприятия человеческим капиталом и его рациональное использование в значительной мере определяет организационно – технический уровень производства, степень использования техники и технологии, предметов труда. Поэтому особенно актуальным ставит вопрос оценки эффективного формирования и использования человеческого капитала предприятия.

В теоретическом аспекте следует различать понятие «человеческий капитал» по трем уровням:

- на личностном уровне человеческим капиталом называются знания и навыки, которые человек получил путем образования, профессиональной подготовки, практического опыта (используя при этом природные способности) и благодаря которым она может предоставлять ценные производственные услуги другим людям. На этом уровне человеческий капитал можно сравнить с другими видами личной собственности (имущество, деньги, ценные бумаги), которая приносит доходы, и мы называем его личным, или частным, человеческим капиталом;

- на микроэкономическом уровне человеческий капитал представляет собой совокупную квалификацию и профессиональные способности всех работников предприятия, а также достижения предприятия в деле эффективной организации труда и развития персонала. На этом уровне человеческий капитал ассоциируется с производственным и коммерческим капиталом предприятия, потому что прибыль получается от эффективного использования всех видов капитала;

- на макроэкономическом уровне человеческий капитал включает накопленные вложения в такие области деятельности, как образование, профессиональная подготовка и переподготовка, служба профориентации и трудоустройства, оздоровления и тому подобное, являются существенной частью национального богатства страны, и мы называем его национальным человеческим капиталом. Этот уровень включает в себя всю сумму человеческого капитала всех предприятий и всех граждан государства (за исключением повторного счета), так же,

как и национальное богатство включает в себя богатство всех граждан и всех юридических лиц [1].

Анализируя различные подходы к исследованию и определению категории «человеческий капитал», мы даем такое его определение: «Человеческий капитал – это сформированный или развитый в результате инвестиций и накопленный людьми (человеком) определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций и других производительных качеств, который целенаправленно используется в той или иной сфере экономической деятельности, способствует росту производительности труда и благодаря этому влияет на рост доходов (зарботков) его владельца.

Следует обратить внимание на несколько принципиальных моментов, вытекающих из этого определения:

- во-первых, человеческий капитал – это не просто совокупность указанных характеристик, а именно сформированный или развитый в результате инвестиций и накопленный определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций;

- во-вторых, это такой запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые целесообразно используется для получения полезного результата и способствует росту производительности труда;

- в-третьих, использование человеческого капитала закономерно приводит к росту зарботков (доходов) его владельца;

- в-четвертых, рост доходов стимулирует дальнейшие инвестиции в человеческий капитал, что приводит к дальнейшему росту зарботков.

Формирование человеческого капитала происходит при следующих условиях:

- возможность получения знаний, информации, развития талантов и способностей;

- охрана и сохранение здоровья человека;

- уровень мотивации работника;

- формирование мобильности человеческого капитала [3].

Существуют определенные особенности человеческого капитала:

- в современных условиях человеческий капитал является главной ценностью общества и определяющим фактором экономического роста;

- формирование человеческого капитала требует от самого человека и всего общества значительных затрат;

- человеческий капитал в виде навыков и способностей является определенным запасом, то есть может быть накапливаемым;

- человеческий капитал может физически изнашиваться, экономически изменять свою стоимость и амортизироваться;

– человеческий капитал отличается от физического капитала по степени ликвидности;

– человеческий капитал неотделим от его носителя – живой человеческой личности;

– независимо от источников формирования, которые могут быть государственными, семейными, частными и др. использование человеческого капитала и получение прямых доходов контролируется самим человеком.

Инвестируя средства в улучшение указанных условий, предприятие создает основу для активизации процессов формирования корпоративного человеческого капитала. На сегодняшний день повышению интеллектуального уровня человеческого капитала не уделяется значительное внимание. Личность расценивают как ресурс, который надо использовать в рабочих целях, а не как капитал, что требует постоянного формирования, развития и совершенствования.

На это указывает минимизация инвестиций в развитие человеческого капитала как со стороны государства, так и предприятий, недостаточный уровень материального стимулирования работников на обучение. Это приводит к снижению внутренней мотивации до повышения профессионального уровня человека и самообразования. Только самосовершенствование и постоянный рост человека способствуют интеллектуализации человеческого капитала, развитию креативного мышления, творческих способностей, возникновению инновационных идей, то есть повышению интереса к интеллектуальному труду. Такой подход позитивно повлияет на социально-экономический результат работы предприятия и повышения конкурентоспособности экономики в целом.

Эффективное и рациональное использование человеческого капитала определяется как «процесс, связанные с реализацией накопленного образовательного и профессионального потенциала, сопровождающийся ростом благосостояния предприятия на организационном уровне, на индивидуальном – увеличением производительности труда и заработной платы» [2].

На использование человеческого капитала влияет ряд факторов (внутренние и внешние).

Внутренние факторы связаны с личностными характеристиками сотрудников.

Внешние – с изменениями на различных уровнях (таблица 1) [6].

Человеческий капитал стимулирует рост и развитие – как прямо (способствует росту объема знаний, выпуска продукции, развития предприятий, которые интенсивно используют на практике инновации),

так и косвенно (при более эффективном использовании капитала персонала остаются излишки и на инвестирование в человеческий капитал, что приводит к росту и развитию, а значит, препятствует возникновению кризисов на предприятиях).

Таблица 1 – Классификация факторов, влияющих на использование человеческого капитала

По характеру влияния	По результатам влияния	
	Способствующие эффективному использованию человеческого капитала	Приводящие к неэффективному использованию человеческого капитала
Внутренние	- подготовка кадров, обладающих высокой квалификацией и мотивацией; - использование опыта труда старших поколений; - обновление системы трудовых отношений;	- превышение часов простоя над отработанным временем; - невыполнение плановых заданий; - снижение качества работы; - нарушение корпоративных связей в организационной структуре предприятия
Внешние	- устранение барьеров, препятствующих профессиональной и территориальной мобильности; - разработка и внедрение новой техники и технологий, научных исследований и разработок; - создание среды для инновационно-инвестиционного потенциала	- дисбаланс между структурой спроса и предложения на рынке труда; - несоответствие между существующим типом занятости и типом экономического развития; - неудовлетворительное социально-экономическое положение предприятия

Важнейшей составляющей инвестиций в человеческий капитал являются расходы на образование. Расходы на образование на всех уровнях, составляя бюджетное финансирование, не являются невозвратными, но необходимыми затратами на воспитание подрастающего поколения – это инвестиции в человеческий капитал,

что приносит экономический и социальный эффект. Образование и профессиональную квалификацию мы рассматриваем как особую составляющую интеллектуальной собственности человека, его частный человеческий капитал, приносящий доход. Это подчеркивается такими фактами из нашей жизни как сохранение высоких конкурсов в престижных высших учебных заведений при условии контрактной формы обучения, открытия многих частных учебных заведений, популяризацию специальной литературы для самообразования и т. др.

В составе процессов формирования человеческого капитала все более реально проявляет себя ряд внутренних угроз и рисков, которые подрывают основы национальной безопасности. При этом наибольшего внимания заслуживают те, что являются критическими, а именно:

- углубление несоответствия профессионально-квалификационной структуры предложения рабочей силы и спроса на нее. Имеется в виду упадок трудо-ориентированной экономической мотивации; ментальная неготовность к нестабильности и подвижности; чрезмерная индивидуализация социально-трудовых отношений, которая приводит к потере социальных навыков коллективной деятельности.

- ухудшение ситуации с формированием человеческого капитала, что негативно влияет на уровень обеспечения экономики квалифицированными кадрами и препятствует совершенствованию ее структуры. Имеется в виду то, что данный процесс подрывается не только ухудшением демографической ситуации и качественных характеристик человеческого капитала, но и неотработанностью механизма регулярного воспроизводства трудовых навыков и знаний, подчиненных, с одной стороны, гармоничному развитию личности, а с другой – развитию гражданского общества, повышению конкурентоспособности национальной экономики.

- замещение эмигрантов иммигрантами – носителями других моделей трудового поведения. Неконтролируемая миграция, кроме угроз, связанных с самим масштабом процессов, формирует риски обнажения возрастных и профессиональных воспроизводственных контуров системы поддержки трудовых компетенций, на базе которых сформирована текущая структура хозяйства. Угроза заключается в том, что свободные ниши и просто нехватка рабочей силы пополняют представители этносов, которые имеют доиндустриальные приоритеты в отношении трудовой и общей культуры.

- поляризация трудового неравенства. Под отдельные виды труда и трудовой активности формируются собственные социальные группы. Эти процессы в перспективе грозят поляризацией продуктивной и непродуктивной, а также престижной и не престижной работы, вопреки

потребностям эффективного экономического и социального развития нации. Пути повышения эффективности использования человеческого капитала на предприятии для достижения высоких результатов и увеличения производительности труда могут быть:

- обучение с помощью современных прогрессивных информационно компьютерных технологий, что позволит повышать квалификацию работников без отрыва от производства;

- повышение мотивации труда через поддержку инновационного потенциала работников, создание программы управления производительностью труда. Это позволит обеспечить предприятие высококвалифицированными кадрами и повысить его конкурентоспособность.

- разработать государственные программы поддержки молодых специалистов, которые будут направляться в сельскую местность;

- предусмотреть постепенное приведение уровня финансирования человеческого развития (расходов на образование и здравоохранение) к уровню группы стран с высоким уровнем развития человеческого капитала;

- разработать целевую программу стимулирования занятости и микропредпринимательства для лиц, возвращающихся после трудовой деятельности за рубежом, с целью сокращения масштабов массовой трудовой миграции за границу.

- установление достойных государственных гарантий минимального социального обеспечения граждан;

- ввести принцип экономической заинтересованности работодателей в обеспечении безопасных условий труда наемных работников.

Список использованных источников

1. Асланов, Д.И. Человеческий капитал – важнейший фактор экономического развития / Д.И. Асланов // Известия УрГЭУ. – 2010. – №2. – С. 71-75.

2. Красулина, Т.С. Факторы, влияющие на повышение эффективности использования человеческих ресурсов предприятий в современных условиях / Т.С. Красулина // Наукoведение, 2016. – №1. С. 75-84.

3. Курганский, С.А. Человеческий капитал: сущность, структура, оценка / С.А. Курганский. – Иркутск, 2012. – 132 с.

4. Лаврова, Л.А. Экономический рост и человеческий капитал / Л.А. Лаврова. – Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2012. – 132 с.

5. Павлов, М.Ю. Формирование и использование творческого потенциала человека в экономике, основанной на знаниях. Монография / М.Ю. Павлов. – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016. – 176 с.

6. Самородова, Е.М. Человеческий капитал: особенности функционирования, накопления, использования / Е.М. Самородова. – СПб: Инфо-да, 2012.

7. Шихвардиев, А.П., Компетентность персонала как инструмент развития человеческого капитала организации / А.П. Шихвардиев, Т.Б. Саматова // Вестник науно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – Сыктывкар: СГУ, 2014. [Электронный ресурс]

УДК 331.101

DOI 10.5281/zenodo.5115990

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ФАКТОРЫ РОСТА

КОНДАУРОВА И. А.

канд. экон. наук, доцент

ШТАГЕР О. А.

аспирант

ЖУКОВ Н. А

аспирант

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»,
г. Донецк, ДНР*

В статье рассмотрены основные теоретические подходы к пониманию сущности производительности труда как экономической категории на основе анализа взглядов ученых-экономистов с точки зрения исторического подхода. Обобщены и классифицированы основные факторы, которые оказывают влияние на динамику производительности труда. Усовершенствована классификация факторов производительности труда на основе выделения групп важнейших современных институциональных факторов, в число которых авторами включены научные исследования и их внедрение, человеческий капитал, организация труда, структурные сдвиги, социальное партнерство.

Ключевые слова: *производительность труда, материально-технические факторы, организационно-экономические факторы,*

PRO-LIFE WORK: THEORIST'S HIKES AND GROWTH FACTORS

KONDAUROVA I. A.

candidate of economic sciences, associate professor,

STAGER O. A.

graduate student

ZHUKOV N. A.

graduate student

SEE HPE «Donetsk National Technical University», Donetsk, DNR

The article examines the main theoretical approaches to understanding the essence of labor productivity as an economic category based on the analysis of the views of economists from the point of view of the historical approach. The main factors that influence the dynamics of labor productivity are generalized and classified. The classification of labor productivity factors has been improved on the basis of identifying groups of the most important modern institutional factors, among which the authors include scientific research and their implementation, human capital, labor organization, structural changes, and social partnership.

Keywords: *labor productivity, material and technical factors, organizational and economic factors, socio-psychological factors, institutional factors, human capital.*

Постановка проблемы. Важной предпосылкой достижения положительных сдвигов в социально-экономическом развитии любого государства является формирование эффективного организационно-экономического механизма повышения производительности труда. Необходимость повышения производительности усиливается рядом причин: во-первых, эффективное использование труда способствует наращиванию конкурентных преимуществ экономики; во-вторых, выход отечественной экономики из фазы рецессии возможен, прежде всего, через повышение производительности труда; в-третьих, прогрессивная динамика производительности труда и соответствующее увеличение доходов работающих и предприятий будет способствовать экономическому росту, расширению возможностей социального развития.

Анализ последних исследований и публикаций. Многогранная проблема повышения производительности труда стала предметом внимания таких зарубежных ученых, как Ф. Гилбрет, П. Друкер, Г. Эмерсон, А. Кэмпбелл, Л. Туроу, Ф. Махлуп, М. Мескон,

П.Самуэльсон, Ф. Тейлор, А. Файоль, а также трудах Д. Богини, Б.Генкина, А. Гришновой, А. Гинзбурга, С. Струмилина и др.

Формулирование задачи исследования. В то же время недостаточно проработанными остаются вопросы, связанные с системными исследованиями влияния факторов на уровень производительности труда персонала предприятия. Актуальность, сложность и социальная значимость обозначенной проблемы обусловили выбор темы исследования.

Целью статьи является теоретический анализ производительности труда как экономической категории, обобщение и классификация факторов ее повышения.

Изложение основного материала исследования. Категория производительности труда имеет длительную историю становления и развития. В научных трудах Платона и Ксенофонта внимание акцентируется на существовании разделения труда между отдельными рабочими и между ремеслами, выделены так называемое «отраслевое распределение», в результате которого растет производительность труда. Обосновывая возникновение профессионального разделения труда, Аристотель выделял физический и умственный труд.

Основные методологические основы теории производительности труда сформировала классическая школа политэкономии. У. Петти, исследуя стоимость, акцентировал внимание на том, что пропорциональность обмена определяется затратами труда на производство товаров и зависит от ее производительности в различных отраслях. Заслугой У. Петти является вывод о том, что стоимость товара обратно пропорциональна производительности труда, а также осознание «производственного» происхождения богатства, источником которого является не сфера обращения, а труд и производство» [1].

Огромный вклад в эволюцию взглядов на категорию «производительность труда» внес А. Смит, который одним из первых определил весомую роль труда в создании благ, сформулировал понятие производительности труда, проанализировал ее роль в экономическом развитии общества. Согласно А. Смиту, производительным является «труд рабочего, который закрепляется и реализуется в каком-то предмете или товаре, пригодном для продажи, а также тот, который создает определенную ценность» [10].

Д. Рикардо как один из самых известных представителей школы классической политэкономии трактовал производительность труда как важнейший фактор влияния на прибыль. Экономической целью общества Рикардо считал именно увеличение доходов капиталистов, а, следовательно, и повышение производительности труда [1].

Дж. С. Милль поддерживал точку зрения А Смита и Д. Рикардо относительно трактовки производительного труда как деятельности, обеспечивающей создание богатства и материальных благ. Но, в отличие от них, британский ученый считал производительным также и работу, направленную на охрану собственности и на получение квалификации, развитие физических и духовных способностей людей. По мнению С. Милля, непродуктивным является труд, который не производит материального богатства и продукты которого не могут накапливаться [1].

Эволюция взглядов на категорию «производительность труда» проявилась из-за появления теории «факторов производства», которую сформулировал французский ученый Ж. Б. Сэй. Он настаивал, что труд является не единственным источником стоимости. Стоимость продукта создается в результате сочетания действия трех факторов: труда, земли и капитала [12].

Согласно научной позиции К. Маркса, «чем больше производительная сила труда, тем меньше становится масса труда, кристаллизованная в продукте. Величина стоимости товара изменяется, таким образом, прямо пропорционально количеству и обратно пропорционально производительной силе труда» [7, с. 112-115].

Родоначальник теории прибавочной стоимости К. Маркс исходил из того, что труд по своей природе является продуктивным. При этом рост производительности труда возможен при длительном использовании производительного оборудования, позволяет сокращать время на выполнение определенных операций. Доминирующую роль в росте уровня производительности труда, по К. Марксу, играют именно организационные факторы.

Категория «производительность труда» достаточно основательно исследовалась представителями неоклассического экономического направления. А. Маршалл предложил исследовать «четвертый фактор производства» – предпринимательскую способность [8, с. 201].

Теория предельной производительности нашла отражение в научных трудах Дж. М. Кейнса. Подчеркивая доминирующую роль труда в перечне факторов производства, он считал, что вознаграждение работников должно быть пропорционально их производительности [4, с. 342].

Важным этапом развития теории производительности труда выступает формирование концепции научной организации труда Ф. Тейлора и его последователей Г. Ханта, Ф. Гилбрета и Г. Эмерсона [3, 13]. Система Тейлора была направлена на повышение производительности труда на основе углубления разделения труда и

рационализации трудовых движений. Именно Ф. Тейлор обосновал, что возможно сэкономить много сил и средств, если правильно применять машины и механизмы, устраняя все ненужные движения [13, с. 15].

Проблемы производительности труда и капитала рассматривались М. Портером, который рассматривал производительность как необходимое условие международной конкуренции и отмечал важность повышения производительности во всех секторах экономики. Именно М. Портер высказал мнение о том, что производительность растет тем быстрее, чем более весомые позиции занимает страна на мировом рынке в отраслевом разрезе [9, с. 89-91].

Следует особо отметить тот значительный вклад в развитие теории производительности труда, который внесли российские ученые. На разных этапах изучением вопросов производительности занимались такие известные ученые, как С. Струмилин, А. Богданов, П. Маслов. Благодаря этим ученым в научный оборот введены новые экономические категории, началась широкая научная дискуссия о сущности производительности труда.

Сначала П. Маслов предложил термин «производительность труда», а затем А. Ерманский и Е. Завьялов – термин «успешность труда». Известным российским ученым С. Струмилиным рассматривались такие категории, как «полезность труда», «интенсивность труда», «производительная сила труда», «рентабельность труда», «оптимальность труда», «экономия труда» и т. п. [2, с. 11-12].

Анализируя современные подходы к определению категории «производительность труда», можно утверждать, что среди ученых продолжается дискуссия вокруг трактовки этой экономической категории. Подавляющее большинство ученых придерживалась точки зрения, согласно которой производительность труда определяется, как способность конкретного труда производить определенное количество материальных благ (продукции) за единицу рабочего времени, как степень плодотворности, способности конкретной рабочей силы производить потребительские ценности или выполнять любую полезную работу.

Терминологически зарубежные ученые различают производительность живого труда, определяя ее как «labor productivity» (производительность труда), тогда как термин «productivity» (производительность) характеризует более широкий спектр характеристик. Для подавляющего большинства ученых характерно определение производительности как соотношение двух величин – результатов труда и расходов на нее. Так К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю

под производительностью труда понимают средний продукт труда или выработку одного рабочего за один час. Согласно их позиции, это понятие, прежде всего, характеризует отношение результата к затратам труда [6].

Заметим, что согласно рекомендациям Международной организации труда (МОТ), предлагается различать понятия «производительность» и «производительность труда». Производительность считается общим показателем, который, во-первых, отражает эффективность использования ресурсов производства (труда, капитала, земли, материалов, энергии, информации) в процессе производства продукции (предоставлении услуг, выполнении работ); во-вторых, демонстрирует взаимосвязь между количеством и качеством производимых продуктов или предоставляемых услуг, и количеством ресурсов, затраченных на их производство; в-третьих, дает возможность сопоставления результатов производства на различных экономических уровнях.

Что касается производительности труда, то, по рекомендациям МОТ, это – показатель, отражающий степень эффективности использования одного конкретного фактора производства (или ресурса) труда.

Обзор и обобщение литературных источников свидетельствует о том, что понятие «производительность труда» употребляется авторами в различных контекстах. Но, обобщив мнения большинства авторов, можно утверждать, что производительность труда – это эффективность затрат конкретного труда, которая определяется количеством продукции (работ, услуг), произведенного в единицу рабочего времени, или количеством времени, затраченного на единицу продукции (обратная величина – трудоемкость).

Повышение производительности труда происходит под влиянием факторов, которые обуславливают эффективность и интенсивность осуществления этого процесса. При этом классификация этих факторов может быть осуществлена в порядке определения их приоритетности, предусматривающем выделение факторов эндогенного и экзогенного влияния в зависимости от характера их влияния на повышение производительности труда.

Современные экономисты предлагают различать факторы и условия (предпосылки) по степени воздействия на уровень производительности труда. В частности, экзогенные факторы влияния, воздействующие непосредственно на повышение производительности труда, включают в себя состояние орудий и предметов труда, самого процесса труда и эффективность их взаимодействия, тогда как

эндогенные факторы не оказывают непосредственное влияние на производительность труда, а создают базу для активного проявления факторов, определяющих изменения производительности труда [46, с. 165].

Особое значение приобретает так называемый «закон роста производительности труда», в котором определены пять групп факторов, оказывающих влияние на производительность на макроуровне, а именно [11, с. 34]: материально-технические (степень использования средств производства, НТП, технологии); организационно-экономические и управленческие; природные; общественно-экономические (формы собственности); социально-психологические (условия труда и отдыха).

В современных условиях наиболее аргументированной классификацией факторов роста производительности труда является выделение трех основных групп, в частности: социально-экономических, материально-технических и организационно-экономических.

К социально-экономическим факторам роста производительности труда следует отнести факторы, которые определяют качество использования рабочей силы, в частности: уровень и качество профессиональных знаний, компетентность, ответственность, профессиональная мобильность, дисциплинированность, трудовая активность, социально-психологический климат в коллективе и др. К материально-техническим факторам относят те, которые связаны с прогрессивными изменениями в технике и технологии производства, а именно: модернизация оборудования, внедрение новых прогрессивных технологий, повышение уровня автоматизации и механизации производства, использования новых видов сырья, материалов и энергии.

К числу организационно-экономических факторов отнесем те, которые связаны с изменениями в организации производства, труда и управления (совершенствование структуры аппарата управления и систем управления производством, улучшение материальной, технической и кадровой подготовки производства, внедрение передовых методов и приемов труда, внедрение прогрессивных норм и нормативов труда, совершенствование систем материального стимулирования).



Рис. 1. Институциональные факторы роста производительности труда

Демографические факторы, оказывающие непосредственное влияние на производительность труда, включают в себя фактор здоровья как неотъемлемой характеристики системы человеческих ценностей. Как для каждого отдельного человека, так и для нации, общества в целом трудно найти другую ценность, которой бы здоровье уступало по своей роли и влиянию на все другие аспекты жизнедеятельности.

Кроме того, по нашему мнению, одним из важнейших факторов повышения производительности труда является обеспечение устойчивого развития окружающей среды. От природных свойств земли, плодородия почвы, от особенностей климата, лесной и другой растительности, животного мира, воды рек, озер, морей и океанов, богатств земных недр, чистоты воздуха зависят темпы роста производства и благополучие людей. Степень доступности природных ресурсов прямо пропорционально влияет на уровень производительности труда. Чем доступнее природные ресурсы, тем меньше затраты труда, необходимые для производства конечного продукта, тем выше производительность труда.

Еще одним не менее важным фактором повышения производительности труда является обеспечение достойных социальных условий жизнедеятельности человека (сфер общественной жизни, социальных институтов и социальных групп), влияющие на формирование его сознания и поведения.

Социальными условиями жизнедеятельности мы считаем все те факторы, которые определяют, каким будет поведение человека, какой будет его судьба и место в обществе, то есть это условия в семье, коллективе, на улице, в кружках, средствах массовой информации и т.д.

Выводы. Таким образом, анализ научной мысли показал, что в течение последних десятилетий произошла существенная эволюция научных взглядов по определению места человека в экономике: стратегическими ресурсами современной экономики стали образование и интеллектуальный капитал, возросла потребность в знаниях и самореализации человека-работника. Все это обусловило необходимость в поиске новых практик обеспечения роста производительности труда, основанной на инновациях и использовании производительных способностей человека. Рост производительности труда зависит от материально-технических, организационно-экономических, природных, общественно-экономических, социально-психологических и других факторов.

Список использованных источников

1. Блауг, М. Экономическая мысль в ретроспективе. /М.Блауг. – Москва: Дело, 1994. – 627 с.
2. Вишневская, Н. Т. Затраты на рабочую силу и производительность труда / Н. Т. Вишневская // Труд за рубежом. 2003. – № 4. – с.3-16.
3. Гильбрет, Ф. Азбука научной организации труда и предприятий /Ф. Гильберт; под ред. и с предисл. Р. С. Майзельса; пер. с нем. К. Росс. – Москва: Вся Россия: Бюро стандартизации, 1923. – 55 с.
4. Кейнс, Д. М. Общая теория занятости, процента и денег. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <http://www.nglib.ru>.
5. Кондаурова, И. А. Система факторов производительности труда в контексте экономического развития /И.А.Кондаурова, А.А.Подгорный // Фундаментальные научные исследования: теоретические и практические аспекты: сборник материалов III Международной научно-практической конференции (29-30 января 2017 года), Том II – Кемерово: ЗапСибНЦ, 2017 – С. 301 - 504.
6. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: в 2 т. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – М.: Республика, 1992. – Т. 2. – 400 с.
7. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономики / К. Маркс. – Москва: Политиздат, 1960. – 907 с.
8. Маршалл, А. Принципы экономической науки: в 3 т. Т. 1 Режим доступа: <http://www.library.fa.ru/files/Marshall.pdf> .– Загл. с экрана.
9. Портер, М. Конкуренция / М. Портер; [пер. с англ.] – Москва: Вильямс, 2005. – 608 с.
10. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — Москва: Эксмо, 2007. – 960 с.
11. Соколова, Л. Г. Управление производительностью труда на различных уровнях хозяйствования: дисс. доктора экон. наук: 08.00.05. / Соколова Лариса Георгиевна. – Иркутск, 2004. – 365 с.
12. Сэй, Ж.-Б. Трактат по политической экономии. Фредерик Бастиа. Экономические софизмы. Экономические гармонии. /Ж.Б.Сэй. – Москва: Дело, 2000. – 232 с.
13. Тейлор, Ф. У. Принципы научного менеджмента / Ф. У. Тейлор // Центр гуманитарных технологий [Электронный ресурс]: аналит. портал. – Электрон. дан. – Москва, 2002. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3631>. – Загл. с экрана.

14. Фишер, С. Экономика / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи.
– Москва: Дело ЛТД, 1995. — 864 с.

УДК 331.522.4

DOI 10.5281/zenodo.5121466

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

ФУЧЕДЖИ А. И.

преподаватель

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР*

В статье обоснована роль человеческого капитала в развитии предприятия, представлены основные направления инвестиций в создание конкурентных преимуществ человеческого капитала. Обобщение научных подходов к использованию и управлению человеческим капиталом позволил также актуализировать возможность и необходимость применения человеческого капитала как фактора повышения конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: человеческий капитал, конкуренция, конкурентные преимущества, кадры, ресурсы, здоровье, образование, мобильность, инвестиции.

HUMAN CAPITAL AS A FACTOR IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

FUCHEJI A. I.

teacher

*SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR*

The role of human capital in the development of an enterprise, presents the main directions of investment in the creation of competitive advantages of human capital has been justified in the article. The generalization of scientific approaches to the use and management of human capital also made it possible to actualize the possibility and necessity of using human capital as a factor in increasing the competitiveness of an enterprise.

Keywords: human capital, competition, competitive advantages, personnel, resources, health, education, mobility, investment.

Постановка проблемы. В современном мире человеческий капитал является определяющим фактором повышения конкурентоспособности

предприятия, его экономического роста и эффективности экономики страны в целом. Тем не менее, само понятие человеческого капитала до сих пор дискутируется в научной литературе, обсуждаются вопросы, связанные с приоритетами инвестирования в человеческий капитал, его влиянием на конкурентные преимущества предприятия.

Одним из основных источников конкурентоспособности предприятий в современной экономике являются нематериальные активы. Стоит отметить особую взаимосвязь понятий «человеческий капитал» и таких связанных с ним понятий, как «навыки», «знания», «умения», «мотивация» в его структуре [1, с. 3]. На стоимость предприятия влияет качество человеческих ресурсов, которое напрямую зависит от практики управления персоналом. С одной стороны, человеческий капитал выступает как необходимый производственный ресурс для предприятия, или фактор производства, а с другой - как субъект, приводящий все факторы конкурентоспособности в производительное движение. Другими словами, человеческий капитал является определяющим фактором конкурентоспособности предприятия. В то же время важно отметить, что человеческий капитал - единственный фактор развития, имеющий практически неограниченные пределы роста производительности, и в то же время он недоступен для воспроизведения конкурентами.

Анализ последних исследований и публикаций. Роль человеческого капитала в развитии экономики исследована в трудах известных представителей классического направления политической экономии, таких как А. Смит, В. Петти, К. Маркса, Д. Рикардо, И. Фишер и др., а также неоклассического, к которому относятся Т. Шульц, Г. Беккер, А. Маршалл и ряд других.

Важное влияние на развитие теории и методологии управления человеческим капиталом в современных экономических условиях оказали научные разработки, представленные в трудах ведущих зарубежных и отечественных учёных, а именно: Г. Менша, Р. Нельсона, С. Дж. Уинтера, а также А.А. Бовина, С.Ю. Глазьева, А.А. Дынкина, О.В. Кожевиной, Б. Н. Кузыка и др.

В научных трудах российских ученых большое внимание уделено проблемам развития человеческого капитала, формированию личностного потенциала кадров. К когорте этих учёных относятся С.Д. Валентей, А.Л. Гапоненко, О.В. Голосов, И.Н. Дрогобыцкий, В.С. Ефимов, и др.

Содержание связи между управлением человеческого капитала и уровнем конкурентоспособности предприятия получило свое отражение в недавних публикациях Т.В. Белински, М.Б. Гадиевой, О.М. Ленковец,

В.В. Перской, И.В. Онюшевой. Проведённые научные исследования посвящены в основном накоплению человеческого капитала за счет повышения уровня образования, навыков, умений, вопросы управления развитием составляющих человеческого капитала.

Актуальность. Сложная ситуация на рынке труда, сложившаяся в Донецкой Народной Республике в последнее время, заставляет пересмотреть не только подходы и инструменты управления человеческим капиталом, но и отношение к персоналу в целом. На рынок труда значительное влияние оказывают макро- и микроэкономические факторы. Политическая нестабильность и пандемия коронавируса только усугубили и без того непростую ситуацию. В высоко неопределённых условиях предприятия вынуждены искать новые пути и возможности для сохранения своего основного капитала – людей, которые во многом определяют не только конкурентоспособность предприятия, но и сам факт его существования.

Становятся очевидными пути повышения уровня и качества человеческого капитала и, как следствие, – уровня эффективности работы персонала предприятия. Умение руководства правильно определять и достигать цели, а также эффективное использование его производительных ресурсов – главные факторы успеха предприятий. Управление человеческими ресурсами должно осуществляться исходя из восприятия работников как ценности производственного предприятия, как ресурса, явный и скрытый потенциал которого является главным фактором его стратегических целей и долгосрочного процветания в условиях высококонкурентной рыночной среды. Другими словами, человеческий капитал – это источник неисчерпаемых и неистощаемых производственных ресурсов, использование которых не только не уменьшает их количество, а напротив, способно приводить к качественному и, как следствие, к количественному росту данного капитала [2, с. 1].

Цель статьи. Цель данного исследования – определить влияние человеческого капитала на конкурентоспособность предприятия. Сформулированная цель обусловила постановку и решение следующих задач: обосновать роль человеческого капитала в развитии предприятия; выделить и проанализировать необходимость инвестирования в человеческий капитал; выявить возможность использования человеческого капитала в целях повышения конкурентоспособности предприятия.

Изложение основного материала исследования. В середине XVIII в. основоположниками классической политической экономии были рассмотрены теоретические основы конкуренции. Учёные утверждали,

что конкуренция - это нечто объективно заданное, пронизывающее всю производственную и торговую деятельность, которое может ограничиваться или изменяться под воздействием субъективных факторов. При всем разнообразии видов конкуренции, наибольшее внимание классики уделяли ценовой конкуренции. Например, исследуя взаимосвязь между ценой товара, спросом и предложением, А. Смит указал на роль конкуренции, которая выступает в качестве весов, уравнивая эти три элемента [3, с. 68]. Одним из достижений экономической науки того времени было определение пяти условий совершенной, или «чистой», конкуренции.

Адаптация данных признаков к рынку труда позволяет констатировать, что он является рынком «чистой конкуренции», так как каждый его субъект в той или иной степени заинтересован в соблюдении условий совершенной конкуренции, имея при этом свои особые характеристики. Но специфика обращающегося «товара» на нём исключает «чистую конкуренцию», ведь каждый сотрудник индивидуален, поэтому часто невозможно оценить количественно и качественно содержание «товара».

Примечательно мнение известного исследователя конкуренции Ф. Хайека, который заявил, что «конкуренция – это средство координации, распространения и освоения знания» [4, с. 71]. В этом случае конкурентная борьба выступает не как деструктивная сила экономики, а как фактор, определяющий прогресс и повышающий эффективность производства.

Оксфордский толковый словарь бизнеса определяет человеческий капитал как ««умение и мастерство, общее или специфическое, приобретённое человеком в ходе профессиональной подготовки и производственного опыта» [5, с. 2]. Такой концептуальный взгляд на человеческий капитал становится особенно актуальным в постиндустриальном обществе, новой формой которого является общество знаний. Но не все так просто с определением эффективности человеческого капитала. Самые сложные расчёты, основанные на информационных технологиях, не могут вычленив экономическую выгоду профессионального обучения и рассмотреть её отдельно от других факторов человеческой жизнедеятельности. Суть проблемы состоит в том, что в обществе знаний меняются приоритеты, знания трудно определить количественно, однако благодаря их рекомбинации они могут образовать источник экономического роста.

Предприятия, которые накапливают и реализуют человеческий капитал, имеют большее преимущество в конкуренции, что одновременно обеспечивает более быстрое обучение работников по

сравнению с конкурентами и эффективное применение их знаний и навыков, отвечающих современным потребностям бизнеса. Подобного результата можно достичь усилиями обеих сторон - высокомотивированными, обученными кадрами и работодателями, которые создают благоприятную среду для обучения, обмена знаниями и опытом. Для создания конкурентных преимуществ человеческие ресурсы должны обладать определенными признаками, приведёнными в табл. 1.

Таблица 1 – Виды конкурентных преимуществ человеческого капитала

Конкурентные преимущества	Характеристика
1. Ценность	Соотношение навыков и знаний индивида с потребностями бизнеса с учётом того, что вклад каждого работника в успех предприятия уникален
2. Редкость	Дефицит когнитивных навыков у работников, нехватка талантливой и квалифицированной рабочей силы
3. Неповторимость	Неспособность конкурентов выявить источник конкурентного преимущества в массе человеческих ресурсов, воспроизвести уникальные условия его приобретения, а также нормы и ценности, влияющие на деятельность работников
4. Незаменимость	Незаменимость человеческих ресурсов техническими средствами в долгосрочной перспективе, возможность применения первых в производстве различных товаров и услуг

Процесс трансформации знаний и навыков работников в реальные финансовые показатели предприятия является неразвитой проблемой с научной и практической точки зрения. Многие руководители и аналитики утверждают, что концепция человеческого капитала не поддается измерению, а предприятия фактически обесценивают работников, чтобы оценить их финансовые активы как источник конкурентоспособности [6, с. 34]. Наиболее интенсивное развитие человеческого капитала происходит непосредственно на рабочем месте. Любое действие, от обучения под руководством лидера до самоподготовки, тренингов, образовательных курсов и внешних программ, является формой развития. Руководители должны рассматривать своих сотрудников как потенциальный источник дохода и работать над раскрытием этого потенциала. Но доверие к работникам как к финансовому рычагу сегодня является редкостью, и многие руководители расценивают их как дополнительные затраты, а не инвестиции, приносящие доход.

В рамках прогрессивной теории человеческого капитала, возникшей в ответ на изменение макроэкономических тенденций в обществе, напротив, актуализируется взаимосвязь между уровнем образования, физическим здоровьем, качеством образования, мотивацией и мобильностью. Соответственно, затраты на улучшение качественных характеристик индивида-участника производства считаются инвестициями. Эти затраты считаются не потребительскими затратами, а производственными, которые со временем многократно компенсируются выручкой. В этом смысле человеческий капитал в каждом из своих измерений имеет большую ценность, чем, например, финансовый капитал, рассматриваемый как отдельный ресурс предприятия.

Таким образом, инновационный этап экономического развития, на котором находится современное общество, предполагает глубокое, формирующее влияние на личность работника как носителя человеческого капитала и его мотивационную сферу, а одновременно обеспечивает всестороннее развитие корпоративной культуры и переход от привычного понимания прибыли как материализованной цели деятельности предприятия к концепции мышления в категориях ценностного подхода, который рассматривается как источник долгосрочного качественного развития предприятия и роста его конкурентоспособности. Формирование человеческих ресурсов современного предприятия в контексте данного подхода предполагает непрерывный инвестиционный процесс, охватывающий весь жизненный цикл человеческого капитала, включающий ряд его важнейших характеристик (рис.1).

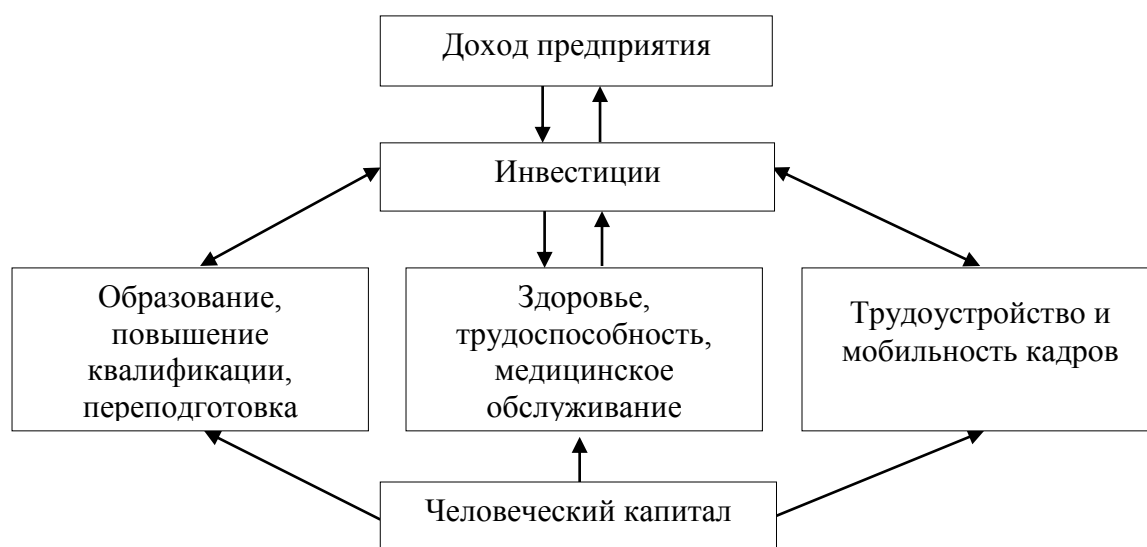


Рис. 1. Направления инвестиций в создание конкурентных преимуществ человеческого капитала

Фундаментальный принцип «образование длиною в жизнь» делает инвестиции в образование основным элементом социально-экономической деятельности человека, при этом на передний план выдвигается задача модернизации системы образования [7, с. 98]. Инвестируя в образование человеческого капитала, предприятие способствует установлению партнерских отношений с работниками: индивид как настоящий профессионал должен быть мотивирован на постоянное повышение квалификации и заинтересован в росте своего образовательного уровня. Предприятию необходимо предоставить работникам максимально возможный объём финансовых ресурсов для реализации данных целей, а также набор практик адаптации, способствующих гармонизации его социальной среды и корпоративной культуры.

Как следует из рис. 1, развитие человеческого капитала подразумевает не только повышение уровня образования, но и улучшение других его элементов, в первую очередь, здоровья работников. Чем лучше здоровье человека, тем больше его человеческий капитал. Таким образом, концепция человеческого капитала как один из важнейших факторов предусматривает инвестиции в здоровье человека. Здоровый сотрудник вносит больший и более ценный вклад в рабочий процесс, может решать сложнейшие социально-экономические проблемы и тем самым обеспечивает повышение конкурентоспособности предприятия и его развития. Расходы организации на поддержание физического состояния своих сотрудников должны быть направлены на профилактику профессиональных заболеваний, характерных для данного вида деятельности; обеспечение диетическим питанием отдельных работников, а также по возможности - бесплатное питание, медицинское обслуживание по месту работы и предоставление путёвок в дома отдыха, диспансеры и санатории; страхование сотрудников от несчастных случаев; улучшение жилищных условий и тому подобные мероприятия.

К сожалению, большинство работников еще не научились воспринимать свое здоровье как актив, который объективно увеличивает роль инвестиций предприятия в здоровье своих кадров, в основном через специализированные медицинские учреждения. Однако следует учитывать, что инвестиции в здоровье работников обеспечивают не только экономические, но и социальные выгоды, связанные со снижением смертности, инвалидности и заболеваемости. Улучшение здоровья кадров не только увеличивает их производительность, но и улучшает психологическое состояние, качество жизни, что, кстати,

выгодно не только работнику, но и предприятию в целом, так как эмоциональное состояние людей также положительно влияет на производительность и доход. Очевидно, что здравоохранение сегодня переходит из категории факторов, определяющих благополучие каждого индивида, в категорию условий, необходимых для полноценного и конкурентоспособного развития предприятия.

Между расходами на образование и здравоохранение существует определённая взаимосвязь. Если работодатель не оплачивает обучение или повышение квалификации, у работников остается меньше денежных средств на улучшение здоровья. Если расходы на здравоохранение значительны, индивид, вероятно, откажется от некоторых инвестиций в образование, даже если они обеспечивают высокую производительность труда и соответствующий ей рост доходов работников.

Мобильность человеческого капитала, наряду с образованием и здравоохранением, является одной из основных целей инвестиций в человеческий капитал. Любые инвестиции в образование оказываются бессмысленными, если человек, получивший образование, не может применить свои знания в профессиональной деятельности из-за отсутствия подходящей работы или условий для начала самостоятельного бизнеса. Сегодня мобильность работников всё чаще рассматривается как положительный момент, поскольку с приходом новых кадров коллектив омолаживается, создается иной психологический климат, появляются новые идеи, что улучшает социальный микроклимат, а, в конечном счёте - повышает конкурентоспособность предприятия. Следует отметить, что, с одной стороны, по характеру мобильности рабочей силы следует различать внутреннюю и внешнюю конкурентоспособность человеческих ресурсов. С другой стороны, в зависимости от тематики, конкурентоспособность работников может быть физической, внутрипрофессиональной и межпрофессиональной. Человеческий капитал должен оперативно реагировать на изменения в мировой экономике и подвергаться реструктуризации в тех сферах деятельности, где его продуктивность выше [8, с. 32].

Именно человек является связующим звеном, обеспечивающим наиболее эффективное применение всех ресурсов предприятия, которые могут быть использованы для повышения конкурентоспособности предприятия, а способность человеческого капитала трансформировать информацию в знания становится решающим фактором качественного экономического роста предприятия.

Если рассматривать конкурентоспособность персонала как философию управления единым рынком труда, то работодатель должен

регулярно пересматривать свои стратегические и тактические задачи и разрабатывать соответствующие концепции для поддержания конкурентных преимуществ человеческого капитала, имеющегося в его распоряжении. Новая концепция поддержания конкурентоспособности работников - это стратегия работодателя, направленная на полное использование потенциала работника как субъекта экономической жизни [9, с. 42].

В её основе лежит система теоретико-методологических представлений для понимания и определения сущности, содержания, критериев, целей, задач, принципов и методов, а также организационных и практических подходов к формированию механизма управления конкурентоспособностью персонала в рамках деятельности предприятия. В практике предприятий можно выделить четыре основных этапа в развитии концепции конкурентоспособности работников, которые объединены в логические связи «социальная цель - экономическая цель», «работники как ресурс - работники как общество» (рис. 2).

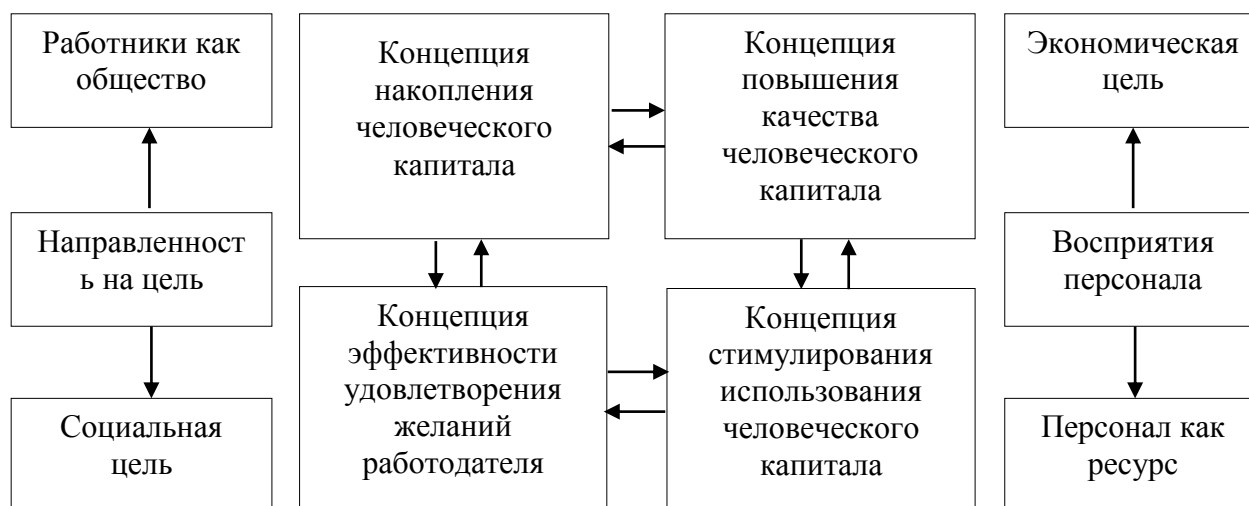


Рис. 2. Элементы концепций накопления и повышения качества человеческого капитала и взаимосвязи между ними

Суть концепции накопления человеческого капитала заключается в обеспечении полного укомплектования рабочих мест кадрами, так как количество нанятых работников изменяется в зависимости от изменений в производстве товаров или услуг. В основе концепции поддержания конкурентоспособности персонала лежит мультидисциплинарная подготовка персонала с ориентацией на набор знаний, навыков, умений для выполнения работ, относящихся к определенным профессиям.

Концепция повышения качества человеческого капитала основывается на том, что собственник капитала ориентируется на рабочую силу, предлагающую высшее качество. Согласно концепции, наибольшую выгоду предприятию принесет тот «товар», который в максимальной степени соответствует высшему уровню в техническом, эксплуатационном и качественном отношении. Работодатель направляет усилия на создание условий для обучения высококвалифицированной рабочей силы и ее постоянного совершенствования. По мере того, как навыки работников растут, производительность труда увеличивается, появляются инновации в производственной деятельности, повышается внимание к тому, что является наиболее более значимым в ней. Предприятие предлагает свою стоимость рабочей силы, чтобы привлечь и удержать наемных работников, так как «когда работники уходят из организации - на один день или навсегда, - компетенция уходит вместе с ними» [10, с. 148].

Концепция эффективности удовлетворения желаний и предпочтений работодателя основана на том, что критерием оптимизации стратегии потребления труда является прибыль, получаемая от процесса совмещения труда с капиталом и природными ресурсами. Только прибыль позволяет выбрать лучшие способы производства, отказаться от неэффективных, активировать эффективные варианты использования ресурсов и т.д. Такая концепция поддержания конкурентоспособности работников позволяет быстро реагировать на изменения производственных требований к их профессиональной и квалификационной структуре, так как человеческий капитал должен соответствовать повышению функционального качества работы.

На самом деле, эффект от научного или технического открытия можно рассчитать только после реализации его результатов на практике. При равных условиях и практически одинаковых производственных мощностях и объемах инвестиций, одно предприятие делает четкий и эффективный рывок вперед, становясь лидером своего вида бизнеса, а другое не оправдывает ожиданий собственников и инвесторов, не развивается и попадает в состояние кризиса. Вследствие этого возникает важная проблема современного бизнеса - оценки эффективности вложений в человеческий капитал.

Во-первых, окупаемость инвестиций, вложенных в человеческий капитал, напрямую зависит от продолжительности жизни его носителя и продолжительности рабочего периода. Чем раньше в человека сделаны вложения, тем быстрее они начнут возвращаться, но не следует забывать, что более качественные и долгосрочные инвестиции имеют и больший долгосрочный эффект.

Во-вторых, человеческий капитал как один из видов производственных ресурсов, с одной стороны, подвержен физическому и моральному износу, но с другой - также способен накапливаться и приумножаться. Накопление человеческого капитала осуществляется в процессе повышения квалификации работника и накопления им производственного опыта.

В-третьих, не все инвестиции в индивида можно признать вложениями в человеческий капитал, а только те, которые социально целесообразны, а также экономически необходимы и обоснованы.

И наконец, характер, и вид инвестиций в человека определяются историческими, национальными, культурными особенностями и традициями. Так, уровень образования и выбор профессии детьми во многом зависят от семейных традиций и уровня образования их родителей [11, с. 35].

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок по данной проблеме. Важность вопросов управления человеческим капиталом в рыночной экономике связана с повышением интереса к творческим, креативным способностям человека, с активизацией интеллектуальной деятельности, что совпадает с общими законами развития современной науки и общества. Процесс компьютеризации привёл к тому, что человеческие ресурсы стали новым параметром и фактором повышения конкурентоспособности бизнеса, поскольку возрастает приоритетность таких критериев деятельности бизнеса, как повышение качества товаров и услуг, диверсификация производства, сокращение жизненного цикла предприятий и т. д. Все это обязывает предпринимателей разрабатывать стратегии развития предприятий, основанные на внедрении принципиально новых технологий, типов организации производства, управления и обучения персонала. Развитие человека - это и главная цель, и необходимое условие прогресса современного общества и его экономики. Увеличивая человеческий капитал, работодатель создаёт базу будущего для своего предприятия.

Резюмируя, подчеркнём, что экономическая стабильность и конкурентоспособность предприятия в значительной мере зависят от эффективных инвестиций в человеческий капитал и оптимального управления его накоплением. Однако необходимо констатировать, что избежать возникающих при этом трудностей и рисков можно при условии учёта того факта, что инвестиции в человеческий капитал обладают рядом выше представленных характеристик, которые существенно отличают их от других видов инвестиций. Исследование особенностей данных инвестиций необходимо для разработки методики

определения их объёмов, этапов и последовательности использования в зависимости от фазы жизненного цикла и специфических характеристик отдельных видов человеческого капитала, а также для оценки экономической эффективности инвестиций.

Список использованных источников

1. Владыкина Л.Б. Человеческий капитал как один из основных факторов развития предприятия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://journal.kfrgteu.ru/files/1/2012_5_11.pdf (дата обращения: 15.02.2021).

2. Титов А.А. Значение управления человеческими ресурсами в современных условиях функционирования предприятия [Электронный ресурс] / А.А. Титов // Молодой ученый. – 2017. – № 20. – С.283-284. - Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/154/43606/> (дата обращения: 15.02.2021).

3. Аганбегян А.Г. Человеческий капитал и его главная составляющая - сфера «экономики знаний», как основной источник социально-экономического роста / А.Г. Аганбегян // Экономические стратегии. – 2017. – № 3. – С. 66-79.

4. Катаргина Н.А., Носов А.Л. Человеческий капитал и мобильность трудовых ресурсов как определяющий фактор конкурентоспособности экономики в современных условиях / Н.А. Катаргина, А.Л. Носов // Вопросы новой экономики. – 2014. – №2 (30). – С. 68-74.

5. Зайцева Н.А. Человеческий капитал в системе экономики знаний / Н.А. Зайцева // Российские регионы: взгляд в будущее [Электронный журнал]. - Режим доступа: http://futureruss.ru/new_economics/knowledge_economics/chelovecheskij-kapital-v-sisteme-ekonomiki-znanij.htm (дата обращения 27.01.2021).

6. Чесебиев А.А. Виды инвестиций в человеческий капитал и методы оценки его эффективности / А.А. Чесебиев // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2016. – № 3 (185). – С. 33-38.

7. Громова Н.В Развитие персонала – приоритетное направление повышения конкурентоспособности российских вузов / Н.В. Громова // Современная конкуренция. – 2014. – № 2. – С. 95-103.

8. Сотникова С.И. Стратегический подход к управлению человеческими ресурсами: основные концепции и подходы к организации стратегии / С.И. Сотникова // Управление человеческими

ресурсами: теория, практика, перспективы: сб. науч. тр. – Новосибирск. – 2015. – С. 20-34.

9. Кара Л.Н. Оценка конкурентоспособности специалистов на основе комплексной системы показателей / Л.Н. Кара // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – №7. – С. 36-44.

10. Строителева Т.Г. Управление персоналом и управление человеческими ресурсами: различие и единство / Т.Г. Строителева // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сб. ст. – 2016. – С. 147-150.

11. Бразевич С.С. Специфика современной модели управления людьми в организации - модели «управления человеческими ресурсами» / С.С. Бразевич // Научная мысль. – 2015. – № 3 (17). – С. 33-35.

УДК 37.018:321.728

DOI 10.5281/zenodo.5112824

СТРУКТУРНОЕ РЕФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ДНР

БОДРЯГА В. В.

начальник отдела образования Ленинского района г. Донецка, ДНР

В статье обоснована необходимость перехода от четырех- к трехуровневой модели управления системой образования ДНР. Предложены базовые аспекты реформирования такой системы. Исследованы элементы системы оценки ее функционирования.

Ключевые слова: образовательная система, реформирование, система, модель управления, аспекты, образовательный процесс

STRUCTURAL REFORM OF THE EDUCATIONAL SYSTEM OF THE DPR

BODRYAGA V. V.

head of the education department of the Lenin district of Donetsk, DPR

The article justifies the need to move from a four- to three-tier model of management of the DNR education system. The basic aspects of reforming such a system have been proposed. Elements of the system for assessing its functioning have been investigated.

Keywords: education system, reform, system, governance model, aspects, educational process.

Постановка проблемы. Одной из основных проблем в управлении системой образования, является излишняя сложность ее структуры. Это связано с отсутствием прозрачного и простого механизма оценки образовательной деятельности, направленной на соответствие стратегии развития страны.

Анализ последних исследований и публикаций. На сегодняшний день, наиболее эффективным инструментом достижения определенных стратегических целей образовательной системы, является реализация проектов. Вопросами внедрения проектного подхода в управление образовательной средой, занимались многие отечественные и зарубежные исследователи. Решению этой проблемы посвящены работы В.А. Рача, А.Ю. Борзенко-Мирошниченко, О.П. Коляды, О.Б. Данченко и ряда других ученых [1, 2, 3]. Причем в системе образования, на данном этапе ее развития, намечился переход от управления отдельными образовательными проектами к управлению портфелями проектов общеобразовательных учебных заведений [4]. Причем портфель образовательных проектов формируется с позиций соответствия стратегии развития образовательной системы [5] или конкретного территориального образовательного пространства. Однако подобные исследования до сих пор не приобрели системный характер.

Масштабное внедрение проектно-ориентированного подхода требует проведения некоторых структурных преобразований в системе образования. При этом эти преобразования (реформы) в большей степени касаются разработки новых моделей деятельности (управление, структура и т.д.). Такие реформы не требуют существенных финансовых затрат. Необходимо отметить, что любой процесс реформирования необходимо реализовывать постепенно в направлении улучшения. При этом преобразования должны основываться на концептуальной модели, сущность которой раскрывается через совокупность базовых принципов. На сегодняшний день, к сожалению, для системы муниципального образования такие модели отсутствуют. Переход любой системы на новые принципы работы, в первую очередь отражается на критериях и системе оценки ее деятельности. Муниципальное образование, как система, не является исключением из этого правила. Таким образом, целью данной статьи, является разработка концептуальной модели управления системой муниципального образования, как основы реформирования и формирования совокупности базовых принципов управления системой муниципального образования в ДНР.

Изложение основного материала исследования. Существующая, в настоящее время, модель управления системой муниципального образования включает четыре уровня: государственный (Министерство

образования и науки), региональный, муниципальный и непосредственно уровень общеобразовательных учебных заведений.

При этом все управленческие действия осуществляет единственный государственный орган – Министерство образования и науки ДНР. При таком подходе, на государственном уровне невозможно решить все проблемы, возникающие на муниципальном уровне и непосредственно, на уровне МОУ.

К основным проблемам регионального уровня следует отнести нерациональное использование кадров высшей квалификации, пересечение профилей обучения и т.д. (рисунок 1).

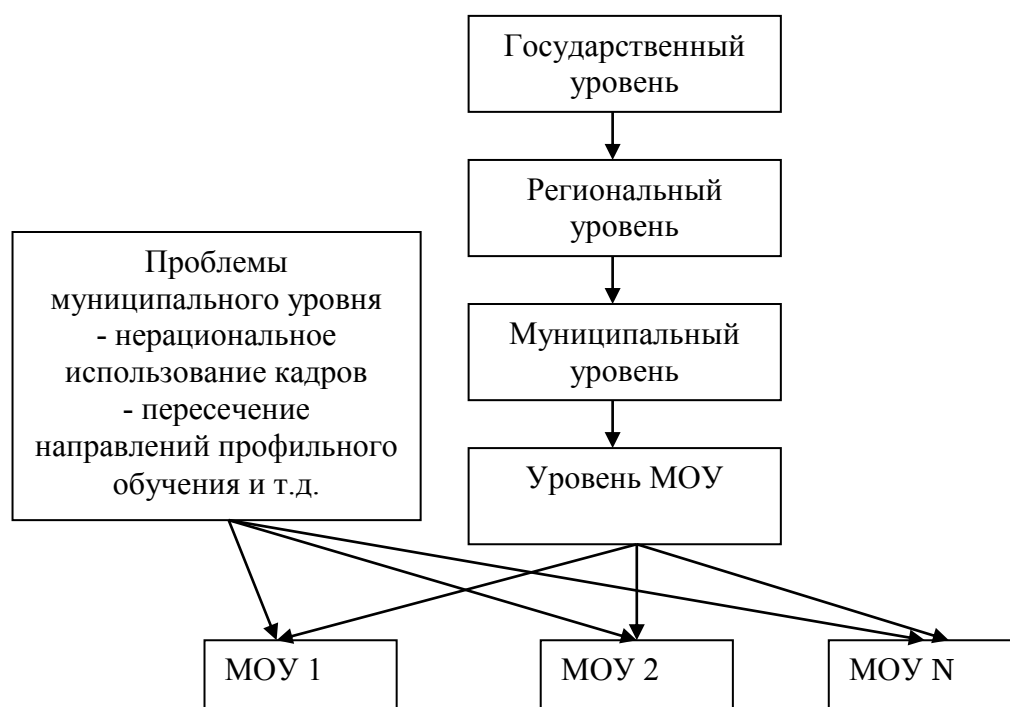


Рис. 1. Существующая модель управления системой образования

На государственном уровне такими взаимодействующими элементами являются:

- стратегия развития государства;
- государственная стратегия развития образования;
- система управления образованием;
- система оценки образования.

Управление на этом уровне должно осуществляться исходя из стратегии развития ДНР, неотъемлемой составляющей которой является государственная стратегия развития образования. Кроме того, этот уровень включает систему оценки образования, которая сегодня нуждается в серьезных изменениях. Для осуществления эффективной координации деятельности общеобразовательных учебных заведений, из

существующей четырехуровневой модели управления системой образования, целесообразно исключить региональный уровень управления, во многом осуществляющий дублирующие функции. В такой модели основной задачей муниципального уровня управления является минимизация указанных на рисунке 1 проблем.

В графическом виде, это соответствует значительному уменьшению зоны пересечения функций. Этот уровень должен занять место между государственным и уровнем МОУ. Графически такую модель можно представить, как трехуровневую модель управления системой образования в ДНР (рисунок 2).

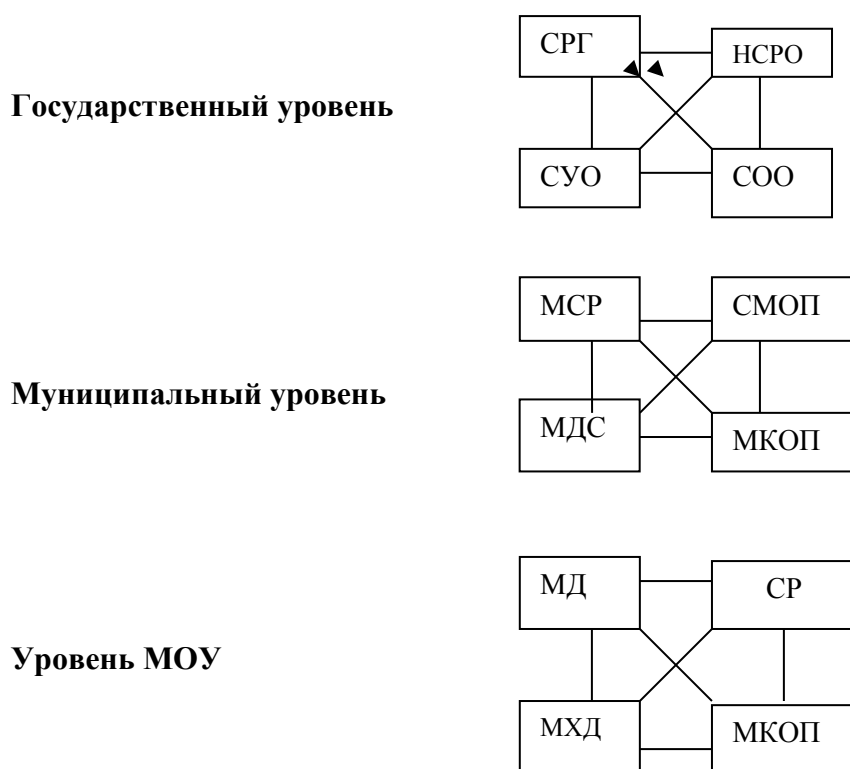


Рис. 2. Трехуровневая модель управления системой образования

СРГ – стратегия развития государства;
НСР ВО – государственная стратегия развития образования;
СУО – система управления образованием;
СОО – система оценки образования;
СМОП – структура муниципального образовательного пространства;
МДС – муниципальная демографическая ситуация;
МСР – муниципальная стратегия развития;
МКОП – муниципальный кадровый образовательный потенциал;
МД – методическая деятельность МОУ;
СР – стратегия развития МОУ;
МХД – материально-хозяйственная деятельность МОУ;
КР – кадровые ресурсы МОУ ВНЗ

Для такой системы *целью* является подготовка информации для принятия управленческих решений. *Продуктом* – достоверная информация для принятия управленческих решений. При этом результатом должно стать совершенствование деятельности системы образования по показателям результативности, эффективности, качества.

Управление на каждом уровне следует реализовывать по соответствующим системным моделям. Эти модели целесообразно представить в виде набора взаимосвязанных элементов [4].

При этом принятие любых управленческих решений должно базироваться на данных системы оценивания [5]. Поэтому система управления образованием, тесно связана с процессом оценки деятельности отдельных общеобразовательных учебных заведений и образовательной системы в целом.

Оценка деятельности муниципальных образовательных учебных заведений предполагает сбор необходимой информации и ее обработку, а также сравнение, выделение наилучших результатов, анализ причин и возможностей их получения. Только на такой всеобъемлющей оценке должны базироваться управленческие решения, принимаемые и внедряемые во всей системе образовательной системе ДНР.

Следовательно, начинать реформирование управления системой образования ДНР следует с системы оценки ее деятельности, создание и внедрение которой решит проблему непрозрачности этого процесса.

Для муниципального уровня следует выделить систему, которая включает следующие элементы:

- структура муниципального образовательного пространства;
- муниципальная демографическая ситуация;
- муниципальная стратегия развития;
- муниципальный кадровый образовательный потенциал;

Целесообразность сочетания именно этих элементов в систему доказано в работах многих ученых и практиков.

Системную модель деятельности образовательных заведений (уровень МОУ) можно определить как совокупность функциональных элементов.

Разработанная, в настоящем исследовании, трехуровневая модель управления системой образования, дает возможность предложить базовые аспекты реформирования управления системой образования ДНР.

Первым аспектом реформирования является создание социально-образовательных систем муниципального уровня. Муниципальная социально-образовательная система должна учитывать потребности

населения и требования развития конкретной территории. Такая система характеризуется интегрированным образовательным потенциалом, который формируется благодаря потенциалам общеобразовательных учебных заведений (кадрового, научно-методического, материально-технического), входящих в состав муниципалитета. При этом главной составляющей регионального образовательного потенциала является кадровый ресурс (преподавательский состав).

Государственные органы управления образованием должны поддерживать развитие задействованного образовательного потенциала на уровне муниципальных образовательных систем, а не отдельных общеобразовательных учебных заведений, которые, в совокупности, и составляют определенный территориальный потенциал.

Вторым аспектом реформирования является изменение процедуры лицензирования профильного обучения. Суть изменений сводится к лицензированию направлений профильного обучения в рамках региональной социально образовательной системы, а не отдельных МОУ. Для этого целесообразно ввести следующую последовательность действий:

- 1) определение образовательных потребностей населения территории конкретного муниципалитета;
- 2) определение муниципального образовательного потенциала;
- 3) определение совокупности дисциплин профильного обучения, по которым должна вести подготовку муниципальная социально-образовательная система;
- 4) распределение и закрепление направления профильного обучения за муниципальными общеобразовательными учебными заведениями;
- 5) подготовка необходимой лицензионной документации.

Реализация образовательного процесса должна предусматривать возможность региональной мобильности путем использования потенциала региона как совокупных потенциальных возможностей всех общеобразовательных учебных заведений отдельного муниципалитета. Обеспечение качества подготовки учащихся должно осуществляться благодаря интеграции муниципальных общеобразовательных учебных заведений и (при необходимости) мобильности учащихся в рамках муниципальной образовательной системы.

Третьим аспектом реформирования является введение единой основы для оценки деятельности муниципальной социально-образовательной системы.

Четвертым аспектом реформирования является переход в управлении от парадигмы «контроля» к парадигме «мониторинга и модераторства».

Процесс мониторинга должен стать основным инструментом взаимодействия МОУ, муниципальной образовательно-социальной системы и государства (Министерства образования и науки).

Отдельного решения требует вопрос социальной доступности образования. Существующие кризисные явления в экономике и демографическая ситуация в ДНР, привели к существенному сокращению численности потенциальных учащихся и снижению доступности высококачественного образования, гарантированной Конституцией для населения. Вопросы социальной доступности образования и его финансирование должно частично решаться на муниципальном уровне, и требует соответствующих изменений на уровне государства.

Следует отметить, что муниципальная социально-образовательная система соответствует отдельной территории. То есть, если муниципальная социально-образовательная система соответствует классической территориальной единице, то приведенные принципы действуют для любых муниципалитетов. Однако в пределах крупных, густонаселенных территорий, рациональным может стать создание нескольких социально-образовательных систем по районному или любому другому признаку.

Выводы. Таким образом, по результатам исследований, проведенных в настоящей статье, можно утверждать следующее:

Для эффективного управления системой образования ДНР, обоснована необходимость перехода от четырех- к трехуровневой модели управления, путем выделения и законодательного утверждения муниципального уровня управления образованием и упразднения регионального уровня.

При этом должны быть определены и научно обоснованы базовые принципы реформирования управления системой муниципального образования в ДНР.

Дальнейшие исследования в этом направлении, должны быть ориентированы на разработку прозрачного и простого механизма оценки и управления деятельностью социально-образовательных систем на методическом и инструментальном уровнях.

Список использованных источников

1. Рач, В.А. Методологічний підхід щодо визначення вектора руху системи / В.А.Рач, Т.В. Маматова // Сучасні інформаційні та енергозберігаючі технології життєзабезпечення людини: зб. наук. пр. – К.: КНУТД, 2003. – Вип. 13. – С. 403-406.
2. Борзенко-Мірошніченко, А.Ю. Причини появи проектно-орієнтованого підходу до розвитку регіональної освіти / А.Ю. Борзенко-Мірошніченко /: тези доповідей IV міжнародної конференції Управління проектами: стан та перспективи.– Миколаїв: НУК, 2008. – С. 19-20.
3. Борзенко-Мірошніченко, А.Ю. Управління регіональною освітою у відповідності до парадигми публічного адміністрування: проектно-орієнтований погляд / А.Ю. Борзенко- Мірошніченко // Управління проектами та розвиток виробництва: зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2008. – № 3(27). – С. 87-92.
4. Данченко, О.Б. Особливості організаційних проектів вищих навчальних закладів / О.Б. Данченко, Т.П. Жівотова, О.В. Зубченко // Управління проектами: стан та перспективи: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф.: конф. – Миколаїв, 2007.– С.87- 91.
5. Коляда, О.П. Стратегічна діяльність і стратегічні портфелі проектів вищого навчального закладу в умовах соціально-демографічної кризи / О.П. Коляда // Управління проектами та розвиток виробництва: зб.наук.праць. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2008. – № 4(28). – С. 67-72.
6. Википедия – свободная энциклопедия. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Реформа>.
7. Литвак, Б.Г. Разработка управленческого решения: учебник / Б.Г. Литвак.– М.: Дело, 2002. – 392 с.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ

БАРЫШНИКОВА Е. И.

*канд. экон. наук, ст. преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г.Донецк, ДНР*

Аргументировано, что управление образовательным пространством представляет собой разновидность социального управления, где применимы классические подходы к организации управленческой деятельности. Механизм управления образовательным пространством представлен совокупностью способов воздействия государственных органов образования на объект управления (образовательный кластер), что позволяет рассмотреть его в контексте единого социально-экономического тренда, определяющего доминанты и закономерности развития образовательных систем.

Ключевые слова: образовательная среда, образовательный комплекс, управление образовательным процессом, механизм управления.

THEORY AND PRACTICE OF MANAGING THE EDUCATIONAL SPACE

BARYSHNIKOVA E. I.

*candidate of economic sciences, senior lecturer
SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration under the
Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR*

It is argued that the management of the educational space is a form of social management, where classical approaches to the organization of management activities are applicable. The mechanism of management of the educational space is represented by a set of ways of influencing the state education bodies on the object of management (educational cluster), which allows to consider it in the context of a single socio-economic trend, which determines the dominants and patterns of the development of educational systems.

Keywords: educational environment, educational complex, educational process management, management mechanism.

Актуальность темы исследования. Органы управления образованием на местах проводят государственную политику путем соблюдения государственных образовательных стандартов с установлением обязательного минимума содержания образовательных программ и максимального объема учебной нагрузки обучающихся,

требования к уровню подготовки выпускников. Задача органов управления образованием состоит не только в формальном обеспечении гарантий на образование, но и в создании условий для самоопределения и самореализации личности.

Цель исследования – рассмотреть теоретические и практические аспекты управления образовательным пространством.

Анализ последних исследований. Вопросам совершенствования систем управления организациями и, в частности, поиску новых форм их функционирования, посвящены труды зарубежных исследователей-классиков, среди которых: И. Ансофф, Э. Долан, Д. Линдсей, А. Файоль.

Специфичность управления социально-экономическими системами, как процесса, к которым, безусловно, относятся учебно-методические и образовательные комплексы, достаточно широко представлена в научных трудах И. Александрова, А. Амутинова, Н. Бабинцева, Л. Гончаровой, А. Гранберга, Н. Кетовой, Ю. Колесникова, Н. Некрасова, В. Овчинникова, Р. Попова, В. Тисуновой, Р. Шниппера.

Методические аспекты управления образовательным пространством с учетом возможности использования аналитических методов прогнозирования и диагностики их состояния проанализированы в исследованиях С. Андреева, В. Белоусова, А. Дружинина, В. Игнатова, О. Пчелинцева, М. Терованесова, С. Тяглова.

Математическое моделирование в сфере образования и управления социально-экономическими системами подробно представлено в научных работах С. Айзермана, Р. Акперова, К. Буркова, Г. Гореловой, Н. Лябаха, Я. Магнуса, В. Мхитаряна, С. Чефранова.

Изложение основного материала исследования. В самом общем смысле под управлением понимается целенаправленное воздействие субъекта управления на объекты управления в целях создания эффективно функционирующей системы на основе информационных связей и отношений. Весьма точное определение управления дал Г.В.Атаманчук: «Управление – это целеполагающее, т.е. созидательное, продуманное, организующее и регулирующее воздействие людей на собственную общественную жизнедеятельность, которое может быть осуществлено как непосредственно (в формах самоуправления), так и через специально созданные органы и структуры (государственные органы, политические партии, общественные объединения, предприятия, общества, союзы и проч.)» [1]. Объектами управления могут быть биологические, технические, производственные системы.

Управление реально и необходимо не только в этих областях, но и в сфере сложных социальных систем, в том числе образовательных.

Одной из разновидностей социальных систем является система образования, функционирующая в масштабе страны, области, города или района. Субъектами управления системой образования выступают Министерство образования, управления образования области или города, а также районные отделы образования.

Управление образовательными системами представляет собой разновидность социального управления, поэтому здесь применимы классические подходы к организации управленческой деятельности: функциональный, ситуационный, программно-целевой, личностно-ориентированный, системный и прочие. Однако, в зависимости от вида и сложности решаемых задач, целесообразно использовать различные подходы к управлению комплексно как наиболее общее теоретическое основание.

Интересны модели управления, которые были разработаны, получили свое теоретическое обоснование и вошли в практику управления образованием ведущих стран мира [2], поскольку многие из этих идей стали основой модернизации российского образования и взяты на вооружение республиканскими органами управления (табл.1).

Традиционное представление об управлении раскрывается в таких характеристиках, как целенаправленное воздействие субъекта на объект управления; влияние управляющей системы на управляемую систему с целью перевода последней в качественно новое состояние; внедрение элементов научной организации труда и прочее.

Однако с началом активного обращения к личности, с внедрением гуманистических идей в образовательный процесс потребовалась серьезная корректировка и переоценка теоретических основ современного управления. На смену философии воздействия в управлении идет философия взаимодействия, сотрудничества, рефлексивного управления. Теория управления существенно дополняется теорией педагогического менеджмента Ю.А. Конаржевского, Т.И. Шамовой [3,4]. Теория менеджмента привлекает прежде всего своей личностной направленностью, когда деятельность менеджера строится на основе подлинного уважения, доверия к своим сотрудникам, создания для них ситуаций успеха. Именно эта сторона менеджмента существенно дополняет теорию управления образовательным пространством.

Управление осуществляется с помощью механизма управления, который представляет собой подсистему для обеспечения свойств управляемости. Составляющие механизма разнообразны, их может быть

множество, но основные элементы представлены методологией (принципы, правила); органами, принимающие решения; исполнительными структурами; обратными связями и т.д.

Таблица 1 – Модели управления образовательными структурами

Модель управления, автор	Содержание
Бартон, 1983 г.	Основными силами, обеспечивающими координацию в сфере высшего образования, являются государство, рынок и академическая элита. Так, преобладание первой силы формировало модель управления в России, Швеции, вторая сила определяла положение высшей школы в США, а примерами сильного влияния академического сообщества стали Великобритания, Франция, Италия.
ван Вут, 1990 г.	Два типа моделей управления высшим образованием с разной мерой участия государства. Одна модель характеризовалась тем, что государство в полной мере брало на себя функции планирования, контроля, ресурсного обеспечения (rational planning and autornd control), а другая отражала ситуацию саморегулирования, фактически без участия государства (self-regulations). Иногда эти модели упрощенно называют «государство-контролер» и «государство - наблюдатель».
«Куб управления», 90-е годы XX в.	Воспроизводит и модифицирует три вектора: государство как субъект управления (т.е. уровень бюрократизации управления), саморегулирование (т.е. уровень автономии образовательных учреждений) и культурный фактор (образовательные учреждения как элементы культуры государства или как производители услуг, элементы рынка).
Концепция нового менеджериализма конец XX – начало XXI в.в.	Переноса идеи, подходы и методы управления коммерческими организациями в социальный сектор, авторы ставят знак равенства между самостоятельной, приносящей доход деятельностью учреждений социальной сферы, в том числе, образования, и коммерческой деятельностью, ориентированной на успешность рыночного поведения. Основными постулатами менеджериализма, как управленческой концепции, являются: принятие эффективности как первичной ценности деятельности организации; признание универсального характера методов и инструментов управления вне зависимости от сферы деятельности; позиционирование менеджеров как особой социальной группы и как профессионалов, реализующих, прежде всего, общественные интересы.

Сущность управления образовательной системой, как и любой социальной системой, состоит в диагностике ее состояния и при выявлении недопустимых отклонений – в своевременном формировании

и осуществлении управленческих воздействий на нее с тем, чтобы поддерживать ее желаемое состояние и режим функционирования. Управленческие воздействия могут осуществляться в форме законов и других нормативно-правовых документов. К таким воздействиям относится и оперативная организационная деятельность органов управления учебными заведениями, а также рекомендации научных учреждений, исследующих проблемы, в конце концов работодатели. Желаемое состояние системы образования, режим ее функционирования задаются обществом посредством тех целей и задач, которые оно ставит перед этой системой, т.е. социальных требований к ожидаемому качеству обучения и воспитания молодежи, уровню ее личностного развития и социализации, степени подготовленности к жизни и деятельности в этом обществе. В общем виде систему управления образованием можно представить графически (рис. 1).

Вытекающие из закономерностей управления принципы управления выступают в качестве основных положений, ориентирующих руководителя, ректора, директора, менеджера в практической деятельности. В теории и практике управления выделяются принципы, соблюдение которых в управлении образовательной структурой бесспорно: демократизация и гуманизация; системность и целостность в управлении; рациональное сочетание централизации и децентрализации; единство единоначалия и коллегиальности; объективность и полнота информации при принятии управленческого решения.



Рис. 1. Система управления образованием

Регулярные отчеты администрации, координационного совета и т.д. перед коллективом и общественностью, предоставление возможности каждому участнику процесса принимать участие в обсуждении решения и высказывать свою точку зрения направлены на утверждение демократизации в образовательном учреждении.

Одним из важнейших показателей усиления общественного характера управления образованием является разгосударствление системы образования и диверсификация образовательных учреждений. Разгосударствление означает, что наряду с государственными возникают негосударственные учебные заведения, они перестают быть структурами государственного аппарата, педагоги и воспитатели, учащиеся и родители действуют на основе собственных интересов, запросов региональных, национальных, профессиональных, конфессиональных объединений и групп.

Диверсификация образовательных учреждений предполагает одновременное развитие различных типов учебных заведений: гимназий, лицеев, колледжей, школ и классов с углубленным изучением отдельных предметов - как государственных, так и негосударственных.

Руководство негосударственным образовательным учреждением осуществляет непосредственно его учредитель или по его поручению попечительский совет, формируемый по усмотрению учредителя. Негосударственное образовательное учреждение имеет свой Устав, в котором определены полномочия попечительского совета, структура управления, порядок назначения и выборов руководителя образовательного учреждения.

Формирование образовательных кластеров и их функционирование можно рассматривать как одну из моделей реализации государственно-частного партнерства. По большому счету государственно-частное партнерство в сфере образования представляет институт модернизации образования, это инструмент для решения таких задач как получение образования детьми с различными образовательными потребностями; объединение и привлечение средств для улучшения качества обучающих программ; обеспечение условий для психофизиологической безопасности учащихся.

Для правильного применения инструмента, такого как государственно-частное партнерство, важно понять механизм, то есть совокупность всех форм и моделей реализации в практике. В процессе эволюции и развития государственно-частного партнерства сложилось много схем по взаимодействию бизнеса и государства. Существует разнообразная вариативность механизмов партнерства. Это зависит от имущественных факторов, возможных рисков и распределения

ответственности. Рассматривая инструменты финансового обеспечения государственно-частного партнерства в сфере образовательных услуг, выделим следующие важные преимущества:

во-первых, привлечение инвестиций частных лиц для финансовой поддержки обновления инфраструктуры учебных заведений снижает нагрузку с государственного бюджета, которому необходимо учесть расходы на выполнение запланированных проектов лишь в течение 2–3 лет.

во-вторых, образовательная сфера – это тот сегмент, в котором экономические выгоды могут напрямую исходить из социальной ответственности частного бизнеса. Бизнес сегодня призван и активно способствует развитию социальных инвестиций в области образования.

В наше время основным содержанием социальной ответственности компаний является взаимодействие их с образовательными учреждениями, их структурными подразделениями, учебными и научными коллективами, расширение присутствия компаний как в самом образовательном процессе, так и в управляющих органах.

Если раньше частный сектор ограничивался лишь благотворительной помощью, спонсорством или просто пожертвованиями, то сегодня он ориентирован на активное участие в жизни учебного заведения, его развитие, совершенствование материальной базы, в том числе и в рамках государственно-частного партнерства. Характерным признаком последнего времени является создание корпоративных университетов, как в самих компаниях, так и в рамках образовательного учреждения.

Таким образом, можно надеяться, что механизмы государственно-частного партнерства в обозримом будущем могут стать одними из основных направлений финансирования развития инфраструктуры и комплексов организаций высшего профессионального образования.

Список использованных источников

1. Атаманчук, Г. В. Теория государственного управления: курс лекций / Г. В. Атаманчук. – 3-е изд., доп. – М.: Омега-Л, 2005. – 584 с.
2. Беляков С. А. Зарубежный опыт совершенствования управления образованием: основные модели / С. А. Беляков // Университетское управление: практика и анализ. – 2009. – №1. – С. 45-63.
3. Конаржевский, Ю. А. Менеджмент и внутришкольное управление / Ю. А. Конаржевский. – М.: Педагогический поиск, 2000. – 222 с.

4. Шамова, Т. И. Управление образовательными системами: учебное пособие для вузов / Т. И. Шамова, П. И. Третьяков, Н. П. Капустин. – М.: Владос, 2002. – 320 с.
5. Цирульников, А. М. Инновационные комплексы в сфере образования: Рекомендации по созданию и управлению / А. М. Цирульников, А. С. Русаков, М. М. Эпштейн. – Санкт-Петербург: Агентство Образовательного Сотрудничества, 2009. – 224 с.
6. Тяглов, С. Г. Модернизация структурного взаимодействия трёхкомпонентной системы «образование-власть-бизнес» / С. Г. Тяглов, Е. А. Ячник // Фундаментальные исследования. Экономические науки. – 2013. – № 1. – С. 509-513.
7. Пуденко, Т. И. Методологические и теоретические основания управления устойчивым развитием территориальных систем образования / Т. И. Пуденко // Теоретико-методологические основы проектирования современной системы управления образованием: сборник научных трудов / ФГНУ «Институт управления образованием» РАО. – М.; СПб.: Нестор-История, 2013. – 321 с.

УДК 330.567.2

DOI 10.5281/zenodo.5119148

КАТЕГОРИЯ «ПОТРЕБЛЕНИЕ»: ПОЛИТЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В РАМКАХ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ПОДХОДА

МАНЧЕВА И. К.

аспирант

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

Статья посвящена актуальной проблеме в системе общественного воспроизводства – потреблению. Анализируются основные теоретико-методологические подходы различных научных школ политэкономии к дефинированию потребления в данной области. Институциональный анализ категории «потребление» позволил раскрыть ее содержание в рамках междисциплинарного подхода.

Ключевые слова: *потребление, потребности, политическая экономия, междисциплинарность, методология, институт, экономическая категория.*

CONSUMPTION CATEGORY: POLITICAL ECONOMIC ANALYSIS IN THE FRAMEWORK OF AN INTERDISCIPLINARY APPROACH

MANCHEVA I. K.

postgraduate

SEE HPE «Donetsk National University», Donetsk, DPR

The article is devoted to an actual problem in the system of social reproduction – consumption. The main theoretical and methodological approaches of various scientific schools of political economy to the definition of consumption in this area are analyzed. The institutional analysis of the category "consumption" allowed us to reveal its content within the framework of an interdisciplinary approach.

Keywords: *consumption, needs, political economy, interdisciplinarity, methodology, institute, economic category.*

Актуальность. Трансформация институционального пространства в странах с рыночной экономикой затронула и сферу потребления. Экспансия товаров класса «премиум» и активное развитие поведенческой модели демонстративного потребления приводит к паралогизмам и деформациям культуры потребления. Потребление зависит от социальных акторов, а стилизация потребления становятся сегодня одним из наиболее ярких проявлений трансформаций общественной системы. Экономическая наука до последнего времени акцентировала свое внимание преимущественно на положении индивида в системе производственных и трудовых отношений и выступает зависимой переменной от образа жизни человека.

Анализ исследований и публикаций. Методологическую основу исследования составили труды по российских и зарубежных учёных, к числу которых относятся: Блауг М., Веблен Т., Канеман Д., Кейнс Дж. М., Майбурд Е.М., Маркс К., Маршалл А., Талер Р., Шиллер Р., Радаев В.В., Россинская Г. М., Рахматуллина Д.К.

Цель статьи. Создание методологического базиса для фундаментальных междисциплинарных исследований в области анализа категории «потребление».

Изложение основного материала. Теории потребления эволюционируют и на современном этапе развития экономической науки носят междисциплинарный характер, отображая многообразие подходов к изучению данной категории. Такая палитра междисциплинарных исследований свидетельствует о полиморфности используемой в исследовании потребления, достойное место которой занимает институциональная методология.

Представления о роли потребления в ходе развития экономической мысли претерпели определенную эволюцию. Разные авторы в зависимости от использованной методологии высказывают диаметрально противоположные точки зрения по поводу дефиниции потребления. Экономический анализ категории «потребление» в своем становлении прошел ряд этапов формирования.

Представители меркантилизма, такие как Т. Мен, А. Монкретьен, У. Стаффорд рассматривали потребление как инструмент экономической политики для достижения целей государства [1]. В работах классиков политэкономии А. Смита, Д. Рикардо, Т. Мальтуса потребление представляет собой использование созданных в производстве благ и антипод сбережению, мотивом которого является стремление улучшить свое материальное положение и увеличить собственную выгоду [2; 3].

Эволюция изучения категории «потребление» претерпела изменения в методологии К. Маркса и Ф. Энгельса. Под потреблением понималось «использование общественного продукта в процессе удовлетворения потребностей экономических, заключительная фаза процесса воспроизводства [4, с. 716].

Новое понимание категории связано с представлением маржиналистами экономико-математической модели теории потребления, а также теории спроса. Важнейшими факторами изменения потребления маржиналисты признавали предельные экономические величины [5].

Институционалисты первыми подчеркнули приоритет влияния социально-психологических факторов на поведение потребителей. Т. Веблен показал, что предпочтения потребителей определяются привычками, влиянием социальной среды и информационным давлением товаропроизводителей, которое часто заставляет людей принимать иррациональные решения [6]. Дж. Гэлбрейт считал, что предпочтения отдельных потребителей не являются заданным, а формируются под влиянием институциональной среды.

Дж. М. Кейнсом был сделан значительный шаг в развитии теории потребления. Ученый предложил концепцию функции потребления как общей характеристики потребительских предпочтений на макроуровне, отражающей существование двух видов потребления — автономного и зависимого от уровня располагаемого дохода. Дж. М. Кейнс связал потребление с величиной текущего дохода. К основным факторам, влияющим на потребление, относятся: ставка процента; количество денег в стране; богатство домашних хозяйств; ожидание изменения дохода [7].

В исследованиях неоклассической школы политэкономии потребление представлялось отрицательным производством, в процессе которого происходит утилизация полезности. Определяется потребление

ожидаемым доходом в течение всей жизни человека, а не только текущим. Американский экономист П.Самуэльсон обнаружил, что в процессе анализа всего множества факторов, влияющих на поведение потребителей, во внимание принимаются только цены на товары и доход индивида.

Проанализировав эволюцию категории «потребления», можно отметить, что вклад в изучение данного феномена внесли представители многих научных школ. Для исследования сложных, многогранных, подвижных отношений потребления как экономического явления междисциплинарный подход выступает общей методологией, позволяя обеспечить единое и целостное рассмотрение изучаемого явления.

Потребление в политэкономии раскрывается как конечная стадия воспроизводственного цикла, наряду с производством, распределением и обменом и является видом экономического поведения. Роль потребления как заключительной фазы общественного воспроизводства и начала нового этапа является чрезвычайно важной. При этом экономическое содержание нецелесообразно ограничивать воспроизводственной ролью. Потребление является фундаментальной категорией экономики, проходит все этапы воспроизводства, выступает как фактор для предшествующих этапов, но единого подхода к определению данной категории до сих пор не найдено.

Справедливо замечание российского ученого В.В. Радаева, о том, что «в классической политической экономии проблема потребления осталась даже не на второй, а на четвертой роли (после производства, распределения и обмена). Считалось, что наиболее существенные отношения были сосредоточены в процессе производства, а потребление, хотя и является конечной целью, выступает чем-то производным» [8, с. 6].

Предмет исследования категории «потребление» в социологии определяется изучением моделей социального поведения в связи с применением и объяснением принципа максимизации эффективности и минимизации затрат, стремлением не только к удовлетворению функционального потребления, но и к власти, уважению, общению и конкуренции. Само потребление не ограничивается инструментальными функциями получения полезности, а в основе рациональности потребления не всегда заложены экономические практики. Потребление часто носит импульсивный характер, обусловленный желанием обладания вещью под воздействием пристрастий, привычек и импульсов.

Общее оформление психологического подхода к потреблению можно датировать серединой прошлого века, когда вышла монография Дж. Катона «Психологический анализ экономического поведения», в которой автор поставил задачу «рассмотрения экономических процессов

как проявления человеческого поведения и их анализа с точки зрения психологии» [9].

Связь между экономикой и психологией неопровержимо подтверждена Нобелевскими лауреатами по экономике. В 2017 году Нобелевской премии по экономике за «вклад в исследование поведенческой экономики» был удостоен представитель чикагской экономической школы Р. Талер. Он является автором «теории подталкивания», известной книги «Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать» [10]. Работа Р. Талера является аргументом в пользу актуальности нарастания влияния психологии в современной экономической науке. Основываясь на психологических исследованиях когнитивных процессов, ученый отмечает, что человек неспособен сделать осознанный и рациональный выбор и предлагает процедуру «подталкивания», которая позволит стимулировать эффективный выбор и дестимулировать неэффективный.

Исследование категории «потребление» в контексте философии представлено системой ценностей, ядро которой представляет отношение человека к материальным благам. В философии потребления можно выделить три этапа: традиционный, безграничного потребления и философия потребления в контексте глобальных систем [11, с. 54].

На первом этапе философия доминировала длительный период в истории человечества. Данный этап можно характеризовать как недостаток средств существования. На втором этапе философия побуждает людей отказаться от ограничения своих потребительских желаний. Потребление становится формой самоутверждения и самореализации, а процесс покупки – важнейшим видом человеческой деятельности. Вещи становятся символами успеха, а обладание ими – важнейшим источником удовлетворения. Третий этап связан с осознанием глобальных проблем современности. В 70-х гг. XX в. ученые пришли к выводам, что необходимо ограничивать пределы промышленного развития, и, как следствие, загрязнения окружающей среды и гибели природы.

Потребление в аспекте философии – определённый тип бытия с системой моральных, нравственных, социально-экономических взглядов. В результате возникает определённая форма новой экономики, суть которой заключается в престижном потреблении, приносящем удовлетворение, удовольствие, пользу потребителю.

Использование междисциплинарного подхода изучения категории «потребление» подталкивает на размышление становления его как института. Институты имеют существенное значение для объяснения

поведения экономических агентов. В связи с этим представляется необходимым рассмотреть институциональный аспект потребления.

Институционалисты в своих исследованиях экономического поведения, в отличие от представителей других направлений, не исходят из человеческой природы как из данности, а пытаются изучить закономерности ее формирования и эволюции. Человек рассматривается как биосоциальное существо, находящееся под перекрестным воздействием своей биологической природы и общества. Таким образом, институционалисты отказываются от атомистического подхода к человеку, утверждая: «когда индивидуальные привычки разделяются обществом или группой и закрепляются в этих границах, они принимают форму социально-экономических институтов... Концепция института тесно связано с культурными ценностями и нормами» [12, с.55].

Впервые новый подход к исследованию человеческого поведения в контексте инстинктов и институтов был представлен в работе «Теория праздного класса» Т. Вебленом. Он писал: «Институты – это широко распространенный способ мышления об индивидуальных отношениях между обществом и индивидом и отдельных выполняемых ими функций... Другими словами, институты – это привычный образ мысли, руководствуясь которым, живут люди... Институты, – это образ мысли, точки зрения, настрой и способности ума, да и многое другое» [6 с. 201-202].

Другой основоположник институционализма – Дж. Коммонс определял институты как коллективные действия, направленные на контроль над индивидуальными действиями, выделяя три вида институтов: государство, корпорации и профсоюзы [13].

Д. Норт дает следующие определения института: «институты – это «правила игры» в обществе, или, более формально, «искусственные связи, которые организуют отношения между людьми», это «правила, механизмы, которые они навязывают, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми», «формальные правила, неформальные ограничения и способы обеспечения эффективности ограничений», «придуманные людьми ограничения, структурирующие человеческое взаимодействие» [14].

Институты важны с точки зрения объяснения поведения экономических агентов. Это «точка пересечения» нового и старого институционализма, основная цель которого – формирование институтов, основанных на модели рационального выбора.

Институты оказывают прямое воздействие на потребление в виде ограничений. Если в обществе не культивируется потребительский стереотип поведения, если преобладают социальные установки, согласно

которым неприлично демонстрировать уровень и модели потребления, что свидетельствуют о колоссальном отрыве материальных возможностей субъекта такого поведения от уровня возможностей, характерного для большей части населения. Таким образом, институциональные факторы участвуют в формировании модели потребления.

Сегодня под институтами понимается широкий круг явлений и процессов (обычаи, традиции, законы, организации, семья, государство, экономическая система, правила поведения и т.д.). При этом трактуются они не только как стереотипы индивидуального поведения, но и как способ организации коллективного действия, упорядочивающий отношения в обществе (и даже внешним по отношению к отдельному субъекту образом).

Потребности выражают те социально-экономические условия жизни, к достижению которых стремятся субъекты потребления. Потребностям и интересам противостоят реальные ресурсы, находящиеся в распоряжении отдельных людей, домохозяйств, социальных групп, регионов и общества в целом. Одной из таких форм является спрос.

На спрос влияют множество факторов, а именно цена приобретаемого товара, цены на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары, доходы потребителей, а также институциональные факторы, имеющие агрегированный характер (представляют собой совокупность и тесное взаимодействие не только различных факторов экономического порядка, но и социокультурных, правовых, психологических факторов).

О. И. Уильямсон в своей работе «Экономические институты капитализма» выделил две важнейшие поведенческие предпосылки, влияющие на потребление – ограниченную рациональность и оппортунистическое поведение [15]. Под ограниченной рациональностью он понимал стремление человека к максимальному удовлетворению потребностей (полезности) с учетом внешних и внутренних ограничений. Для потребителя это означает зависимость решений, принимаемых в настоящем и от результатов решений, принятых в прошлом (например, стремление делать потребительские запасы определенных товаров как наследие экономики дефицита).

Оппортунистическое поведение выражается в желании человека преследовать собственные интересы, сопровождающееся различными отклонениями от установленных правил игры (проявление коварства, эгоистического поведения и т.д.).

Согласно мнению российского ученого Россинской Г.М., «в системе факторов экономического поведения потребителя институциональные факторы занимают особое место, которые также могут быть «разложены»

на группы факторов разного уровня. На макроуровне ...институты государства и права и нормативные акты, созданные этими институтами; на мезоуровне – соответствующие региональные институты. На микроуровне ...институт семьи, формирующий определенные правила и нормы потребительского поведения. На наноуровне ...неформальные правила экономического поведения – отношения и стереотипы потребителей, обусловленные историческими и культурными факторами» [16, с.96].

Таким образом, взаимосвязь потребления и институтов имеет несколько аспектов:

— воздействие институтов на потребление, которое рассматривается как функция, продукт институтов, выступая взаимодействием различных институтов: семьи, государства, культуры и т.д.;

— потребление генерирует определенные институты, становящиеся его факторами и элементами (например, институт моды);

— потребление – это совокупность элементов, включающих институциональные составляющие (традиции, обычаи, обряды).

В данном исследовании автором предложено рассмотреть потребление на междисциплинарном уровне в рамках экономического, социокультурного, философского, психологического подходов. (табл.1).

Таблица 1 – Междисциплинарный подход к трактованию категории «потребление»

Подходы		Определение
Экономический подход	Классическое направление	Потребление как механизм использования общественного продукта в процессе удовлетворения потребностей субъектов хозяйствования.
	Институциональное направление	Потребление как устойчивый институт, определяющими мотивами которого являются привычки и нормы поведения.
Философский подход		Потребление как система реализации гедонистических социокультурных побуждений, в которых товары выступают как ложные знаки проявления реального мира.
Психологический подход ⁷⁷⁷		Потребление как поведенческие особенности реализации экономических нужд личности в зависимости от ее эндогенных ориентиров, предрасположенностей и мотивов, а также системы общественного поведения.
Социологический подход		Потребление как социальный акт демонстрации принадлежности индивида к определенному классу, его самоиндефикации в обществе с использованием семиотических атрибутов.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении. Данный подход к трактованию

исследуемой категории позволяет разработать современную теорию потребления, которая характеризует потребление как мультидисциплинарный феномен и показывая многообразие форм его проявления.

Список использованных источников

1. Майбурд Е.М. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров [Текст] / Е.М. Майбурд – М.: Дело, Вита-Пресс.– 1996. – 544 с.
2. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. – М. – 1962. – 1590 с.
3. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения [Текст] / Д. Рикардо– М.: Соцэкгиз. – 1961. – 539 с.
4. Маракас К. Капиталь Собор. Соч., 2 изд., т. 12 [Текст] / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Госполитиздат, 1958. – 910 с.
5. Кларк Дж. Б. Распределение богатства [Текст] / Дж.Б. Кларк – М.: Экономика. – 1992. – 446 с.
6. Веблен, Т. Теория праздного класса [Текст] / Т. Веблен. – М.: Прогресс, 1984. – 363 с.
7. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег [Текст] /Дж. М. Кейнс; [пер. с англ. Гребенников и др.]. – Москва: ЗАО «Бизнеском». – 2013. – 402 с.
8. Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы [Текст] / В.В. Радаев // Социологические исследования. – 2005, – №. 1. – С. 5-18.
9. Katona G. Psychological Analysis of Economic Behaviour [Текст] /G.Katona. – N.Y.: McGraw-Hill, 1951. – 347 p.
10. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать [Текст]/ Талер Р. – Litres, 2020. – 387 с.
11. Майорова С.А. Философия потребления: обществовед потребления в современной России [Текст] / С.А. Майорова, К.Е. Ключева // Современные направления развития науки в животноводстве и ветеринарной медицине. – 2019. – С. 285-288.
12. Ходжсон Дж. Привычки, правила и экономическое подведение [Текст] / Дж. Ходжсон //Вопросы экономики, 2000.– №1. – С. 39-55.
13. Коммонс Дж. Институциональная экономика [Текст] /Дж.Коммонс // The American economic review. – 1931. – С. 648-657.

14. North D. Epilmogue: Economic Performance Thropugh Time, in: Empirical Studies in Instiutitional Change [Текст] / D. North. — Cambridge: Cambcridge University Press, 1996. — 344 p.

15. Уильямсон О. Экономические инстуитуты капитализма: фирмы, рынок, отношенческая контрактация [Текст] /А.И.Уильямсон. — Спб.: Лениздат, 1996. — 702 с.

16. Россинская Г.М. Экономическое поведение потребителя: методологический аспект [Текст] / Г.М. Россинская // Российский экономический интернет-журнал. — 2006. — №. 3. — С. 96.

УДК 005.21

DOI /10.5281/zenodo.5119294

ФОРМИРОВАНИЕ ПОДХОДА К КЛАССИФИКАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВИДОВ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

МЫЗНИКОВА М. А.

канд. экон. наук, ст. преподаватель

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

Установлено отсутствие единомыслия относительно разграничения понятий «неопределенность», «риск» и «определенность» и предложен подход к их разграничению. Выявлены ограничения подходов к определению уровня неопределенности и предложен авторский подход, учитывающий две ключевые характеристики неопределенности. Усовершенствован подход к классификации стратегических видов неопределенности, отражающий спиралевидный характер нарастания неопределенности и учитывающий среду ее проявления.

Ключевые слова: *стратегическое управление, неопределенность, стратегическая неопределенность, риск, определенность, Донецкая Народная Республика.*

FORMING AN APPROACH TO CLASSIFYING STRATEGIC UNCERTAINTIES

MYZNIKOVA M. A.

candidate of economic sciences, senior lecturer

SEE HPE «Donetsk National Technical University», Donetsk, DNR

The absence of unanimity regarding the delimitation of the concepts of "uncertainty", "risk" and "certainty" is established, and an approach to their

delimitation is proposed. The limitations of approaches to determining the level of uncertainty are identified and the author's approach is proposed, which takes into account two key characteristics of uncertainty. The approach to the classification of strategic types of uncertainty has been improved, reflecting the spiral nature of the growth of uncertainty and taking into account the environment of its manifestation.

Keywords: strategic management, uncertainty, strategic uncertainty, risk, certainty, Donetsk People's Republic.

Актуальность. На сегодняшний день социально-экономические системы (СЭС) на территории Донецкой Народной Республики функционируют в условиях динамичной внешней среды, характеризующейся высоким уровнем неопределенности. Динамические изменения внешней среды, обусловленные продолжающимися военными действиями, разрушением инфраструктуры, дипломатической и экономической изоляцией, разрывом хозяйственных связей, перестройкой экономической и политической систем, носят глубинный характер. Трансформационные процессы обуславливают формирование стратегической неопределенности принятия решений, повышая сложность и понижая эффективность стратегического управления. В этой связи, актуализируются вопросы повышения эффективности управления в условиях нарастания стратегической неопределенности, что требует исследования и формализации существующих видов стратегических неопределенностей путем их классификации.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам декомпозиции видов неопределенности в соответствии с классификационными признаками посвящены труды ряда исследователей, среди которых: Арлабаев Ф.З. [1], Бучацкая В.В. [2], Вигери П. [3], Дункан Р. [4], Карабанова О.Г. [1], Качалов Р.М. [5], Керкленд Дж. [3], Клейнер Г.Б. [5], Кортни Х. [3], Круталевич-Леваева М.Г. [1], Малютина Т. Д. [6], Найт Ф. [7], Симанков В.С. [2], Тамбовцев В.Л. [5], Теплоухов С. В. [2], Уродовских В.Н. [8], др. В то же время, в научной литературе отсутствует единомыслие относительно разграничения понятий «неопределенность», «риск» и «определенность», что предопределяет существование противоречащих друг другу классификаций. Кроме того, вопросы классификации стратегических видов неопределенности не освещены в литературе в достаточной степени.

Цель статьи. В этой связи, целью настоящего исследования является исследование и формализация существующих видов стратегических неопределенностей путем их классификации для повышения эффективности стратегического управления в условиях неопределенности.

Изложение основного материала исследования. Исследование научной литературы на предмет поиска трактовок терминов «неопределенность» и «стратегическая неопределенность» позволило сделать вывод относительно отсутствия согласованности мнений в данном направлении. В этой связи, интерес приобретает поиск причин возникающих различий в трактовках. На наш взгляд, наличие несогласованности мнений ученых в данном вопросе, может быть вызвано существованием различных видов неопределенности.

Так, Ф. Найт декомпозировал неопределенность на 2 класса: измеримую (т.е. риск) и неизмеримую [7]. Согласно Ф. Найту «неопределенность следует рассматривать в смысле, радикально отличном от хорошо знакомого понятия риска, от которого ее прежде никогда должным образом не отличали... Станет ясно, что измеримая неопределенность, или собственно «риск»... настолько далека от неизмеримой неопределенности, что, в сущности, вообще не является неопределенностью» [7].

С подходом Ф. Найта тесно коррелирует подход, изложенный Уродовских В.Н. [8], предполагающий наличие таких видов неопределенности:

- полная неопределенность предполагает отсутствие информации о вероятности наступления альтернативных событий;
- частичная неопределенность предполагает наличие недетерминированных альтернативных событий, вероятность наступления которых известна и колеблется в пределах $[0;1]$.
- полная определенность предполагает детерминированное представление о будущем.

Из анализа подхода, заложенного в данной классификации видов неопределенности, можно резюмировать, что авторы включают риск в качестве составной части неопределенности. Кроме того, состояние полной определенности также включается авторами в качестве разновидностей неопределенности.

Еще одна схожая классификация неопределенности по степени неизвестности рассмотрена в исследовании Симанкова В. С., Бучацкой В. В., Теплоухова С. В. [2], где выделены полная определенность; стохастическая неопределенность (риск); интервальная неопределенность; нечеткая неопределенность.

Исследователи из Гарвардского университета предлагают декомпозицию неопределенности по степени неизвестности и выделяют 5 уровней от «ясного будущего» до «полной неопределенности будущего» [9].

Отличимо рознящийся подход заложен в классификации McKinsey [10] и предполагает существование 4 видов неопределенности: прогнозируемое будущее; альтернативные варианты будущего; диапазон вариантов будущего; полная неопределенность будущего.

Таким образом, подход, предложенный McKinsey, апеллирует не к осведомленности о вероятности наступления событий, а к количеству альтернативных вариантов будущего и информированности о таких альтернативах лица, принимающего решения.

Ориентируясь на подход к определению неопределенности, как к ситуации, при которой текущее состояние знаний не оперирует достоверными вероятностями возможных результатов, укажем, что подходы к классификации видов неопределенности, описанные выше, включают в ее состав, как саму неопределенность, так и риск, и состояние определенности.

В этой связи, представляется целесообразным совершенствование предложенных подходов путем их агрегирования в единый и разграничения в нем понятий определенности, риска и неопределенности (рис.1).

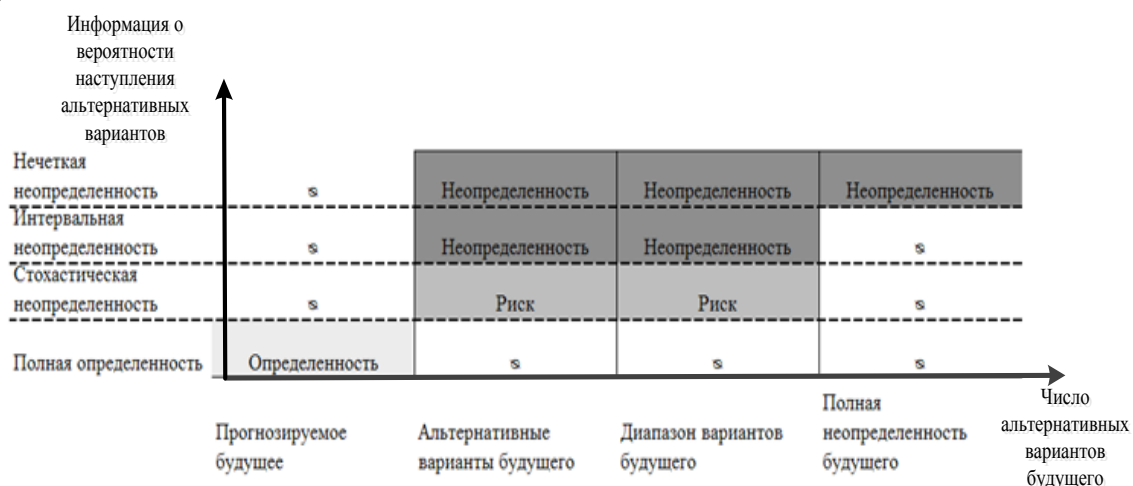


Рис. 1. Формирование подхода к разграничению категорий «определенность», «риск» и «неопределенность» (авторская разработка)

Как видно из рисунка, неопределенность может включать в себя как альтернативные варианты будущего, диапазон таких вариантов, так и полную неопределенность будущего при условии существования интервальной или нечеткой неопределенности вероятности наступления различных вариантов будущего. При этом ключевыми характеристиками неопределенности выступают число альтернативных вариантов будущего и осведомленности о вероятности наступления различных исходов.

На наш взгляд, важным замечанием является несопоставимое нарастание сложности принятия стратегических решений в условиях

неопределенности при движении в направлении от интервальной неопределенности с заданными альтернативными вариантами будущего к нечеткой неопределенности с полной неопределенностью будущего. В этой связи, интерес представляет выделение уровней неопределенности.

Приведенный в источнике [3] подход к определению уровней неопределенности также как и приведенные выше классификации является однокритериальным и предполагает движение от детерминированного будущего через стохастическое с заданными вероятностями к «настоящей неопределенности». Такое представление об уровнях неопределенности разделяет недостатки описанных выше классификаций неопределенности, включая в ее состав «риск» и «определенность».

Другой подход к выделению уровней неопределенности предложен Малютиной Т. Д. [6], предполагающей его изменение от «высокой определенности» к «высокой неопределенности». В то же время, автором не описан критерий классификации уровней неопределенности и не дано пояснение существенных различий между уровнями, что позволяет предположить условность такого разделения.

Отличный от описанных выше двухкритериальный подход предложил Р. Дункан [4]. В качестве критериев, заложенных в данном подходе, выступают сложность среды и стабильность среды функционирования СЭС. Не снижая ценности данного подхода, отметим его ограниченность с точки зрения управления неопределенностью, т.к. сложность и стабильность среды функционирования не поддаются управлению. На наш взгляд, целесообразность применения такого подхода ограничена измерением уровня остаточной неопределенности.

В связи с выявленными ограничениями существующих подходов к определению уровня неопределенности, интерес и практическую ценность с точки зрения стратегического управления, приобретает формирование авторского подхода к классификации уровней неопределенности (рис.2).

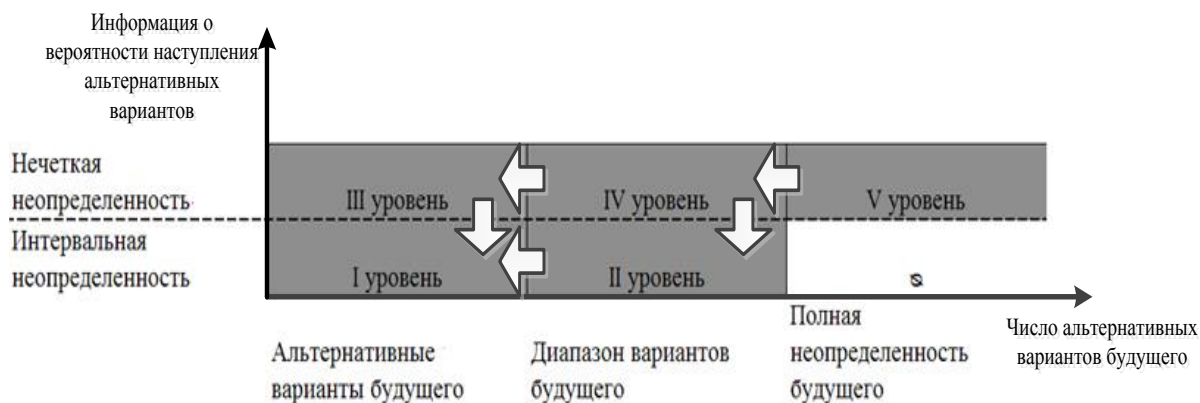


Рис. 2. Формирование подхода к классификации уровней неопределенности (авторская разработка)

Отличительной особенностью авторского подхода выступает учет двух ключевых характеристик неопределенности, выступающих критериями классификации. При этом стрелками на рисунке отображены перспективные направления снижения уровня неопределенности путем получения информации для определения вероятности наступления альтернативных вариантов будущего и/или сокращения числа возможных вариантов будущего. Таким образом, авторский подход к классификации уровней неопределенности, в отличие от предложенного Р. Дунканом, содержит существенные резервы по повышению эффективности стратегического управления в условиях неопределенности путем ее сокращения.

Возвращаясь к классификации видов неопределенности, отметим, что кроме приведенных подходов к классификации, неопределенность, безусловно, можно классифицировать на внешнюю и внутреннюю.

Рассматривая подходы к классификации видов неопределенности, представляется целесообразным рассмотреть трактовку, предложенную в работе Клейнер Г.Б., Тамбовцева В.Л., Качалова Р.М. [5]. Так, авторы предлагают выделять объективную и субъективную неопределенность. При этом авторы указывают, что объективная неопределенность существует вне зависимости от субъекта управления и не может быть устранена, субъективная неопределенность связана с недостатком информации и поддается сокращению.

Тесно связанный с подходом Клейнер Г.Б., Тамбовцева В.Л., Качалова Р.М. подход к классификации неопределенности предлагается рядом отечественных и зарубежных авторов [2; 3]. В его основе лежит декомпозиция неопределенности на устранимую и остаточную (неустранимую). В источнике [3] указывается, что стратегическая неопределенность, которая сохраняется и после того, как использованы все доступные методы анализа, называется остаточной неопределенностью. Очевидно, что основную сложность в процессе принятия решений вызывает остаточная неопределенность.

Кардинально отличающийся от приведенных выше подход нашел отражение в работе Ф.З. Арлабаева, О.Г. Карабановой, М.Г. Круталевич-Леваевой [1], авторы которой выделяют следующие виды неопределенности: перспективная неопределенность; ретроспективная неопределенность; техническая неопределенность; стохастическая неопределенность; неопределенность состояний природы; неопределенность целенаправленного противодействия; неопределенность целей; неопределенность условий; лингвистическая неопределенность; неопределенность действий.

Отдельного внимания в рамках настоящего исследования заслуживает классификация, приведенная в исследовании М.А. Орловой [11], характеризующая стратегическую неопределенность и включающая следующие ее виды: неопределенность целей; неопределенность внешних условий функционирования; неопределенность действий.

Другие авторы [12; 13] в разрезе классификации стратегической неопределенности выделяют такие ее виды: изменения; предвиденная неопределенность; непредвиденная неопределенность; хаос. Отметим схожесть описанного выше подхода с подходом, предложенным McKinsey, а также укажем на ключевое отличие: подход McKinsey анализирует внешнюю среду и ее многовариантность, а подход, описанный в источниках [12; 13] исследует факторы, влияющие на эффективность стратегических решений.

Разграничение видов неопределенности по отношению к принимаемым решениям предложено в работах [14; 15]. Так, исследователи выделяют следующие виды стратегической неопределенности: неопределенность состояний среды (1-го рода); неопределенность выбора решения (2-го рода); неопределенность будущей реализации данного решения (3-го рода) [14].

Кроме того, авторы отмечают, что неопределенность 2 и 3 рода является следствием неопределенности 1 рода, что обосновывает необходимость и достаточность выявления неопределенности 1 рода для целей идентификации состояния стратегической неопределенности любого рода.

Отмечая иерархичность данного подхода, отражающего нарастающий характер неопределенности и соглашаясь со справедливостью заявленной тенденции к нарастанию неопределенности, укажем на косвенное подтверждение ей в синергетической парадигме управления, а также в Законе необходимого разнообразия, сформулированном У.Эшби [16].

В то же время, на наш взгляд, присущая стратегической неопределенности цикличность и нарастающий характер отражаются, скорее, в спиралевидной форме. В связи с этим, является целесообразным дополнение существующей иерархической классификации стратегических видов неопределенности путем отражения спиралевидного характера нарастания данного признака. Кроме того, укажем, что рассмотренная выше классификация указывает на проявление неопределенности 1 рода во внешней среде, не отражая принадлежности ко внешней или внутренней среде неопределенностей 2 и 3 рода.

В связи с этим, представляется целесообразным синтез данного иерархического подхода с подходом, отражающим среду проявления

неопределенности. С учетом изложенного, в рамках исследования был усовершенствован подход к классификации стратегических видов неопределенности, который, в отличие от существующих, отражает спиралевидный характер нарастания неопределенности, а также позволяет учитывать среду ее проявления (рис.3).

В результате удалось выявить такие виды стратегической неопределенности:

1. Неопределенность динамики внешней среды – связана с недетерминированностью прогнозов относительно динамики факторов внешней среды, а также с неопределенностью причинно-следственных связей, их сложностью и нелинейностью;

2. Неопределенность факторов влияния извне и причинно-следственных связей – связана с неопределенностью влияния динамики внешних факторов на динамику внутренних факторов и, как следствие, на динамику результирующих факторов функционирования СЭС

3. Неопределенность выбора стратегических решений – связана с неоднозначностью последствий принимаемых решений для внутренней среды СЭС;

4. Неопределенность экстерналий реализации стратегических решений – связана с неопределенностью ответных реакций внешней среды на изменения внутренней среды СЭС; неопределенностью конкурентоспособности стратегии.

Указанные виды неопределенности составляют иерархически упорядоченную структуру, отражающую нарастание неопределенности, а также контур обратной связи, отражающий появление нового витка спирали нарастания неопределенности.

Отметим, что уровень стратегической неопределенности каждого последующего этапного вида является следствием уровня неопределенности предшествующего этапного вида, находясь с ним в функциональной зависимости. Измерение уровня стратегической неопределенности на каждом из этапов возможно реализовать с использованием разработанного в рамках исследования и описанного выше подхода к классификации уровней неопределенности.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок в данном направлении. Таким образом, можно резюмировать, что многообразие видов неопределенности и классификационных признаков, применимых к данному феномену, иллюстрирует его многоаспектность и сложность.

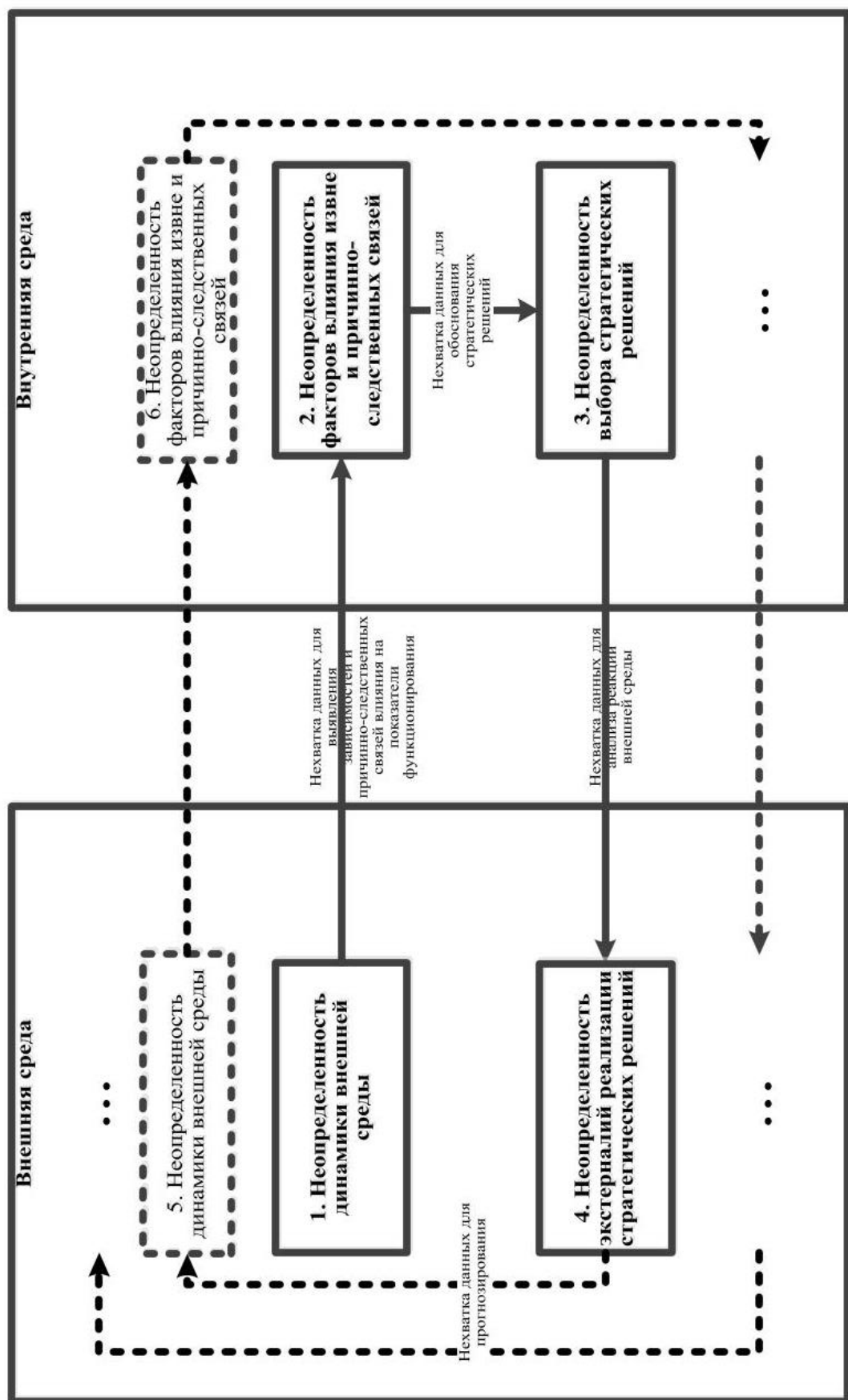


Рис. 3. Подход к классификации стратегических видов неопределенности, отражающий спиралевидный характер нарастания неопределенности, а также среду ее проявления (авторская разработка)

Нарастание динамических изменений во внешней среде, находит отражение в спиралевидном повышении стратегической неопределённости. Динамичность изменений внешней среды сегодня превышает возможности адекватной и своевременной реакции со стороны СЭС, что требует совершенствования инструментария стратегического управления СЭС в условиях неопределенности и представляет собой перспективу дальнейших исследований.

Список использованных источников

1. Аралбаева Ф.З. Риск и неопределенность в принятии управленческого решения [Электронный ресурс] / Ф.З. Аралбаева, О.Г. Карабанова, М.Г. Круталевич-Леваева // Вестник ОГУ. – 2002. – С. 132-139. – Режим доступа: <http://vestnik.osu.ru/014/pdf/20.pdf>.
2. Симанков В. С. Подход к учету неопределенности исходной информации в системных исследованиях [Электронный ресурс] /В.С. Симанков, В.В. Бучацкая, С. В. Теплоухов //Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 4: Естественно-математические и технические науки. – 2017. – №3 (206). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhod-k-uchetu-neopredelennosti-ishodnoy-informatsii-v-sistemnyh-issledovaniyah>.
3. Кортни Х. Стратегия в условиях неопределенности /Х.Кортни, Дж. Керкленд, П. Вигери // Управление в условиях неопределенности. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 9-40.
4. Duncan R. B. Perceived environmental characteristics of operational environments and perceived environmental uncertainty /R.B. Duncan //Administrative Science Quarterly. – 1972. – № 17 (2). – P. 313-327.
5. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность/ Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов. – М.: Экономика, 1997. – 288 с.
6. Малютина Т.Д. Методы принятия управленческих решений при разных уровнях неопределенности [Электронный ресурс] /Т.Д. Малютина // УЭКС. – 2013. – №12 (60). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-pri-raznyh-urovnyah-neopredelennosti>.
7. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Ф.Х. Найт. – М.: Дело, 2003. – 360 с.
8. Уродовских В. Н. Управление рисками предприятия: учебное пособие / В. Н. Уродовских. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. – 168 с.

9. Управление в условиях неопределенности / пер. с англ. (Серия «Классика Harvard Business Review»). – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 14-19.

10. King E. Getting It Done / E. King, N. Alperstein // Best Practices in Planning Strategically for Online Educational Programs. – Routledge, 2018. – P. 188-217.

11. Орлова М. А. Терминология и классификация понятия «Неопределенность» [Электронный ресурс] / М.А.Орлова // Вестник ТГУ. – 2010. – №7. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/terminologiya-i-klassifikatsiya-ponyatiya-neopredelennost>.

12. Arnoud D. M. Managing Project Uncertainty: From Variation to Chaos / D. M. Arnoud, H. L. Christoph, T. P. Michael // MIT Sloan Management Review. – 2002. – Vol. 42 (2). – P.60-67.

13. Голубков Е. П. Стратегический менеджмент: учеб. / Е. П. Голубков. – М.: Юрайт, 2015. – 290 с.

14. Авдийский В. И. Неопределенность, изменчивость и противоречивость в задачах анализа рисков поведения экономических систем / В. И. Авдийский, В. М. Безденежных // Эффективное антикризисное управление. – 2011. – № 3 (66). – С.47-61.

15. Безденежных В.М. Управление неопределенностью и риском при функционировании сложных систем – теорема соотношения уровней неопределенности и риска / В.М.Безденежных // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2015. – №12. – Т.1. – С. 123-131.

16. Эшби У.Р. Введение в кибернетику / У.Р. Эшби. – М.: Иностранная литература, 1959. – 432 с.

УДК 334.7:658.589

DOI 10.5281/zenodo.5118793

ФОРМИРОВАНИЕ МУЛЬТИАГЕНТНОЙ МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

МАКАРОВА О. В.

аспирант

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г.Донецк, ДНР*

Рассмотрен набор гипотез эволюционной модели взаимодействия экономических агентов. На основе выдвинутых гипотез о протекании эволюционных процессов в экономике сформирована мультиагентная

модели взаимодействия агентов в программной среде и с последующим анализом чувствительности траекторий совокупного выпуска субъектов.

Ключевые слова: хозяйствующий субъект, модель взаимодействия, инновационный рост, диффузия инноваций.

FORMATION OF A MULTI-AGENT MODEL OF INTERACTION OF BUSINESS ENTITIES

MAKAROVA O. V.

graduate student

SEE HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR

A set of hypotheses of the evolutionary model of interaction of economic agents is considered. On the basis of the hypotheses put forward about the course of evolutionary processes in the economy, a multi-agent model of the interaction of agents in the software environment is formed and with the subsequent analysis of the sensitivity of the trajectories of the aggregate output of subjects.

Keywords: *economic entity, interaction model, innovative growth, diffusion of innovations.*

«Экономическая наука – это наука, изучающая человеческое поведение с точки зрения соотношения между целями и ограниченными средствами, которые могут иметь различное употребление» [1]. Оптимизация как основной способ описания экономического поведения и равновесный анализ как основной метод исследования экономической динамики составляют базис современного мейнстрима.

В данном исследовании использован инструментарий школы Й.Шумпетера, в рамках которой предложена концепция повторяющихся структурных сдвигов («штормы созидательного разрушения»), за которыми следуют волны развития и быстрого роста [2]. Штормы созидательного разрушения возникают благодаря предпринимателям-новаторам, которые внедряют новые продуктовые и торговые комбинации для того, чтобы извлечь прибыль за счет временного монопольного положения. По мнению Нельсона и Уинтера [3], развитие наиболее конкурентоспособных хозяйствующих субъектов происходит за счет вытеснения из экономического пространства других членов популяции. Процесс экономического естественного отбора формирует определенный «организационный генотип» – свойства и характеристики хозяйствующих субъектов, позволяющие им выживать и развиваться в меняющихся условиях внешней среды, и рутины – стандартизированные правила принятия решений и осуществления деятельности. Согласно эволюционистам-шумпетерианцам, во взаимодействии процедур поиска

инноваций с механизмами «естественного отбора» происходит формирование траектории технико-экономического развития. При этом характер выживания и роста популяции хозяйствующих субъектов в условиях изменяющейся экономической среды определяет динамику макроэкономических показателей.

В рамках исследования под экономическим геномом следует понимать совокупность технологий (организационных, технических и пр.), используемых субъектом. Однако, как и в биологии, единицу экономического генома выделить достаточно сложно, отдельным геном можно считать, как одну технологию, так и их совокупность (например, производственных и организационных). Следуя принципам постсинтетической теории эволюции, а также вектору исследований, заданному в работах экономистов-эволюционистов – Й.Шумпетера, Р.Нельсона и С.Уинтера, В.Маевского [4], С.Глазьева [5] сформулируем следующий набор гипотез эволюционной модели взаимодействия экономических агентов:

Гипотеза изменчивости: основным источником изменчивости являются инновации, трансформирующие технологию экономического агента.

Гипотеза адаптационизма: доминирующими в экономической эволюции являются нейтральные процессы (рутины, стереотипы поведения) и очищающий отбор (банкротство). Положительный отбор (направленный на извлечение прибыли) является важным, но не первостепенным фактором экономической эволюции.

Гипотеза прогресса: развитие рассматривается как результат взаимодействия экономических агентов, разнообразие которых обусловлено их геномами, осведомленность и рациональность ограничены.

Гипотеза антиградуализма: экономическая эволюция происходит не столько путем накопления бесконечно малых изменений, сколько за счет внедрения крупных инноваций, влекущих шумпетерианские «штормы созидательного разрушения», смену технологических укладов (Глазьев), макрогенераций (Маевский).

Гипотеза слабого униформизма: эволюционные процессы не изменяются по существу на протяжении обозримой истории. При этом, эволюционный процесс – это динамический, исторический процесс, макроэкономические характеристики которого являются следствием поведения агентов на микроэкономическом уровне.

Гипотеза структуры: эволюционный процесс может быть описан на основе сетевой структуры взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Далее на основе выдвинутых гипотез о протекании эволюционных процессов в экономике следует построение мультиагентной модели

взаимодействия агентов в программной среде и последующий анализ чувствительности траекторий совокупного выпуска субъектов.

Сформулируем следующие допущения модели взаимодействия экономических агентов:

- хозяйствующие субъекты описываются своими производственными функциями (ПФ). Такое предположение делалось в моделях многих эволюционистов, т.к. позволяет формализовать учет технологического фактора.

- согласно Шумпетеру, источником инноваций и технологического роста является деятельность предпринимателей, которые имеют ресурсы для инвестирования в фундаментальные и прикладные научные исследования (по его оценкам доля инноваторов не превышает 1% от общего числа экономических агентов). Предприниматели-инноваторы тратят часть своего капитала на НИОКР, доля этих затрат колеблется в диапазоне от 0.02% до 5%.

- технологический параметр субъектов-новаторов подвержен случайным мутациям, вариативность которых пропорциональна вложениям. При этом изменения могут быть как в лучшую, так и в худшую сторону. На основе гипотезы адаптации сформулируем допущения относительно фиксации полезных изменений (если случайная мутация увеличивает приспособленность, она будет распространяться с большей вероятностью) и элиминации вредных.

На основе гипотезы прогресса сформулируем допущения относительно ограниченной осведомленности и рациональности экономических субъектов:

- осведомленность субъектов ограничена радиусом взаимодействия – числом субъектов, о которых данный субъект располагает информацией;

- рациональность субъектов ограничена отличиями от единицы вероятностями решения о покупке лучшей (по сравнению с собственной) технологии.

На основе гипотезы униформизма сформулируем предположение о неизменности характера взаимодействия между субъектами в процессе моделирования.

На основе гипотезы структуры предположим, что радиус взаимодействия между субъектами растет по мере технологического прогресса субъекта, а сам субъект таким образом обрастает сетью связей.

Формализуем предположения модели следующим образом:

- в качестве ПФ субъекта будем использовать линейно-однородную ПФ Кобба-Дугласа такого вида:

$$Y = AK^{\alpha}L^{1-\alpha}, \quad (1)$$

где Y – продукт субъекта,

K – капитал субъекта,
 L – трудовые ресурсы субъекта,
 α – коэффициент эластичности капитала,
 A – технологический коэффициент.

– инноваторами могут стать только крупные экономические субъекты, располагающие достаточными для инвестирования средствами:

$$K_i \geq K_{\max}, \quad (2)$$

где $K_{\max}$ – пороговое значение капитала (экзогенно задаваемый параметр).

– технологический коэффициент инноваторов – случайная величина, распределенная по нормальному закону со средним, равным текущему значению и стандартным отклонением, пропорциональным инвестициям:

$$A = \text{norm}(A, k \times K), \quad (3)$$

где k – доля затрат на инновации, равномерно распределенная на интервале $[0.0002; 0.05]$ случайная величина.

– потомков могут оставить только крупные субъекты (см. 2)

– потомок получает технологию и часть производственных факторов предка:

$$Y_c = dA_p K^\alpha L^{1-\alpha}, \quad (4)$$

где $d \in [0;1]$ – доля факторов, передаваемая от предка к потомку.

Правила покупки технологии:

– стоимость технологии пропорциональна технологическому разрыву между покупателем и продавцом:

$$\text{val} = \text{price}(A_i - A_j), \quad (5)$$

где price – цена технологии (экзогенно задаваемый параметр).

– при покупке технологии наследуется только технологический параметр продавца (A_i).

Субъекты, не располагающие достаточным для функционирования капиталом, вымирают:

$$K_i \leq K_{\min}, \quad (6)$$

где $K_{\min}$ – пороговое значение капитала (экзогенно задаваемый параметр).

– радиус взаимодействия пропорционален уровню технологического развития субъекта:

$$\text{in_radius} = r \times A_i. \quad (7)$$

На основе предположений (1) - (7) в программной среде была разработана мультиагентная модель.

В мультиагентной модели экзогенно задавались начальное количество субъектов (*subject*), а также три параметра – давление отбора (k_{min} , k_{max}) и цена технологии (*price*). Здесь первые два параметра отвечают за развитие эволюционного процесса; а цена технологии используется для описания инновационного климата. Варьируя эти параметры, мы попытаемся выявить допустимые границы их изменения, проанализировать чувствительность модельного отклика к их вариации.

На первом этапе анализа в результате экспериментирования с моделью были определены допустимые границы изменения параметров:

для верхней границы капитала, достигая которую субъект способен стать инноватором или породить потомка, диапазон изменения составил 500 ед., $K_{max} \in [500; 1000]$;

для нижней границы капитала, переходя которую субъекту устраняется, диапазон изменения составил 400 ед., $K_{min} \in [0; 400]$;

цена распространения технологии может колебаться в диапазоне от нуля до пятисот единиц – $price \in [0; 500]$.

Далее каждый параметр варьировался в десяти точках внутри допустимого диапазона своего изменения. При этом остальные параметры были зафиксированы на средних уровнях внутри диапазона вариации: $K_{max}=750$, $K_{min}=200$, $price=250$. Каждый эксперимент включал в себя 100 прогонов модели.

Анализ влияния вариации параметров на совокупный выпуск системы показал, что увеличение числа субъектов оказывает положительное влияние на итоговое значение выпуска (рис. 1.). Это может быть объяснено тем, что, во-первых, каждый субъект вносит свой вклад в общий выпуск, во-вторых, с ростом числа субъектов увеличивается число контактов между ними, что приводит к увеличению скорости диффузии инноваций по системе и, как следствие, к экономическому росту.

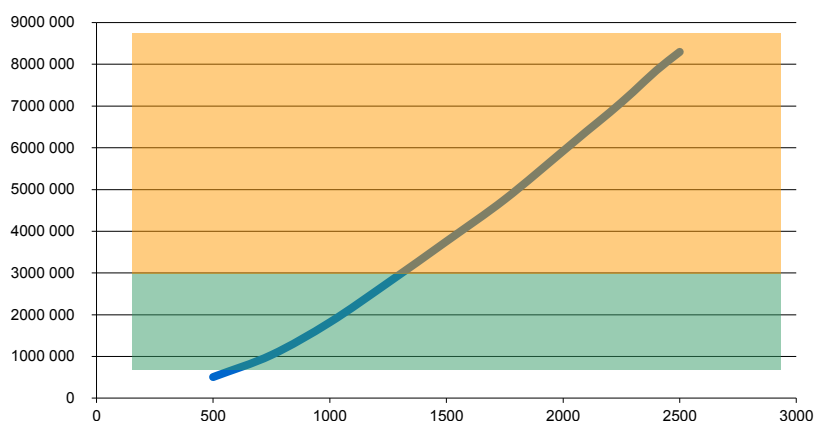


Рис. 1. Влияние численности субъектов на совокупный выпуск (Y)

Влияние верхней границы капитала на совокупный выпуск может быть описано s-образной кривой. Анализ рис. 2 показывает, что, начиная с определенного уровня ($K_{max} = 800$) воздействие этого параметра характеризуется насыщением и требование к укрупнению субъектов-инноваторов теряет эффективность с точки зрения обеспечения экономического роста.

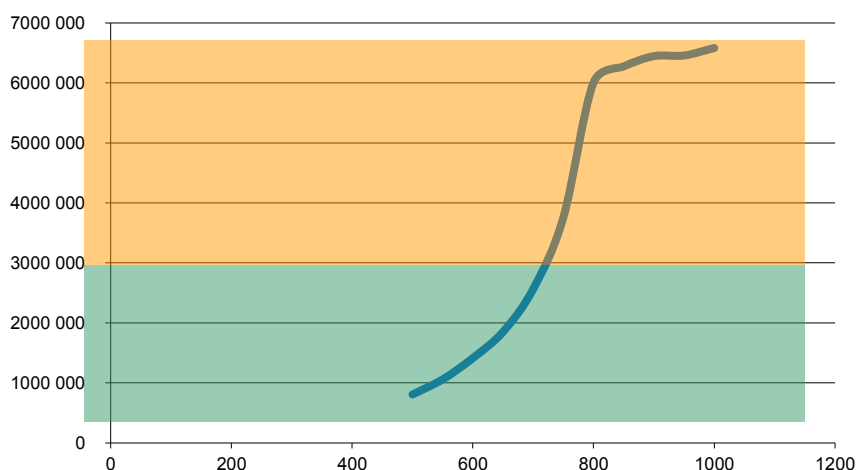


Рис. 2. Влияние верхней границы капитала на совокупный выпуск

Увеличение нижней границы капитала, наоборот, оказывает отрицательное воздействие на рост системы, т.к. приводит к вымиранию мелких субъектов, сокращению числа связей между оставшимися и замедлению скорости распространения новых технологий (рис. 3).

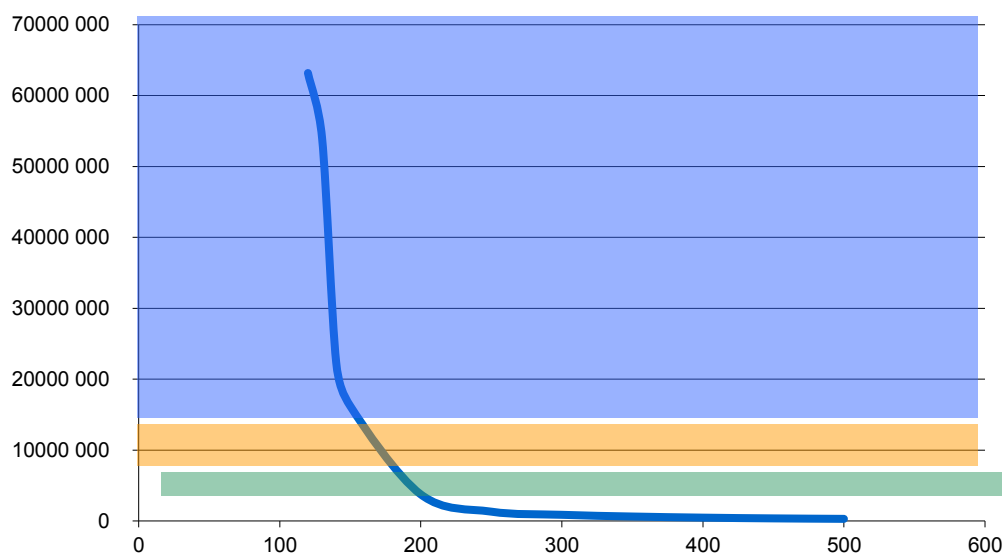


Рис. 3. Влияние нижней границы капитала на совокупный выпуск

Фактор цены – один из наиболее интересных с точки зрения анализа воздействия на совокупный выпуск: колебания цены в интервале 100-300 ед. слабо влияют на развитие модельного мира, в то время если технологии распространяются бесплатно, или наоборот очень дороги, наблюдается взрывной рост совокупного выпуска (рис. 4).

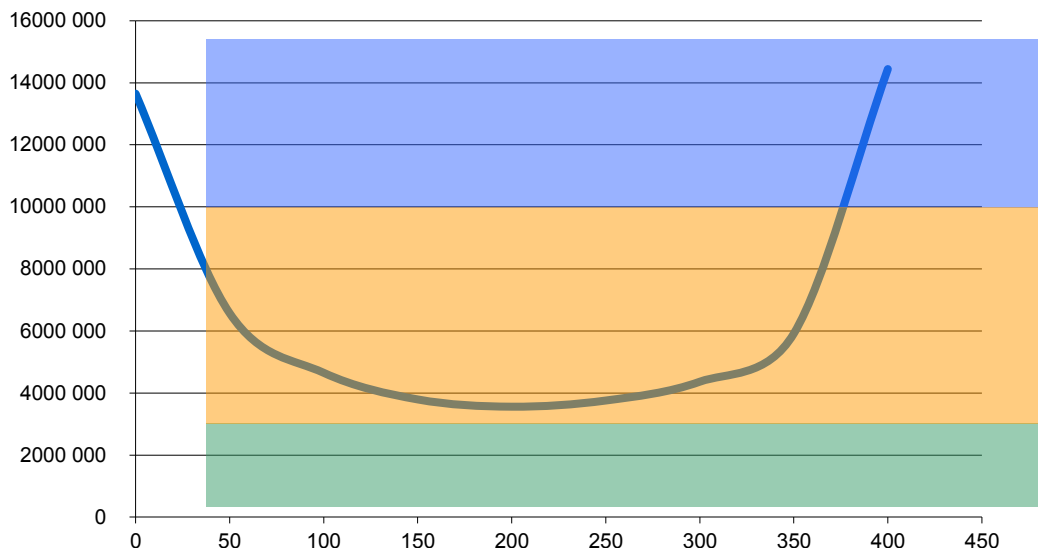


Рис. 4. Влияние нижней границы капитала на совокупный выпуск

В целом, анализ воздействия параметров модели на совокупный выпуск системы позволил выявить три типа ее развития (рис. 5) – с высоким, средним и низким темпом.

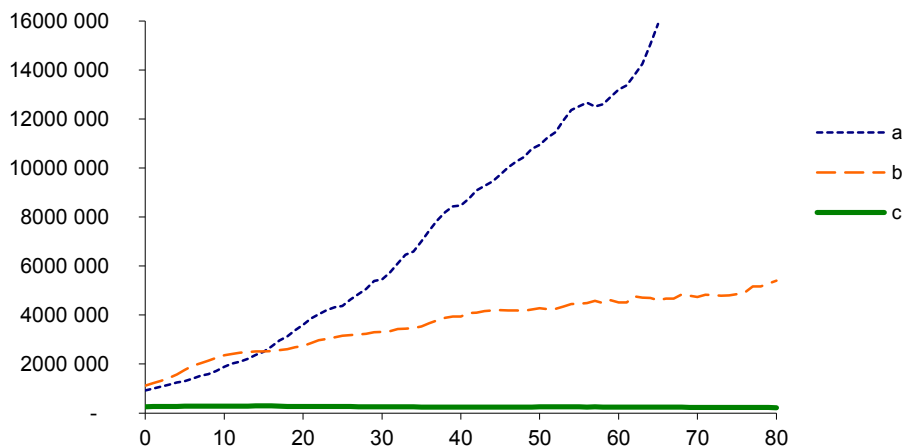


Рис. 5. Сравнительная динамика производства с различными темпами роста:
а – высокий темп; b – средний темп; c – низкий темп

Исследование показало, что недостаточное количество экономических субъектов в системе и жесткие условия их выживания, приводят к тому, что технологии по модельному миру практически не распространяются, поэтому роста выпуска за счет технологического

прогресса не происходит. При этом, т.к. возможностей для экстенсивного роста не предусмотрено, развития системы в целом также не наблюдается.

Увеличение числа экономических субъектов ($subject \geq 2000$) приводит к ускорению диффузии инноваций и обеспечивает интенсивный рост системы, однако жесткие требования к размерам субъектов, способных породить потомка и стать источником инноваций, тормозят развитие. Что касается стоимости технологии, то средние ее значения (не слишком низкие и не слишком высокие) также способствуют росту совокупного выпуска со средними темпами.

Мягкие условия среды, позволяющие выживать даже мелким субъектам, приводят к росту общего их числа, увеличению каналов передачи информации, и как следствие, к росту скорости распространения новых технологий и развитию модельного мира высокими темпами. Интересно, что такие траектории (рис. 6 с) характерны предельными значениями цены технологии. Полученные результаты сведены в табл. 1.

На втором этапе анализа полученные в результате экспериментирования с параметрами модели наборы траекторий были исследованы на стационарность. Исследование показало, что в целом система не порождает ни стационарных траекторий, ни тренд-стационарных траекторий выпуска (для описания динамики которых можно было бы подобрать адекватные кривые роста, однако остатки данных моделей не являются стационарным процессом). Таким образом, все без исключения траектории выпуска можно отнести к интегрированным (разностно-стационарным или DS – difference stationary) рядам динамики, которые сочетают в себе стохастический тренд наряду с трендом детерминированным. Экспериментирование с параметрами модели показало, что их вариация влияет не только на конечную точку (итоговое совокупное производство), но и на динамику модельных траекторий. По критерию вариативности (отношение стандартного отклонения к среднему по совокупности) нам удалось выявить три типа модельных траекторий и описать причины их возникновения (табл.2).

Таблица 1 – Темпы развития системы

Темп роста	Совокупный выпуск	Значения параметров	Интерпретация
Низкий	$Y < 3$ млн.	$subjects \leq 750$ $K_{min} \geq 250$	В системе мало субъектов, плохо выживающих в условиях жесткой внешней среды
Средний	$Y \in [3\text{млн}; 10\text{млн}]$	$subjects \geq 2000$ $K_{max} \geq 800$ $100 \leq price \leq 300$	Субъектов в системе достаточно, но условия появления новых – жесткие. Стоимость технологии варьируется вокруг среднего
Высокий	$Y \geq 10$ млн.	$K_{min} \leq 150$, $price = 0$ или $price \geq 400$	Мягкие условия выживания обеспечивают большое число субъектов в системе. Технологии распространяются

			либо даром, либо по очень высокой цене
--	--	--	--

Таблица 2 – Типы траекторий системы

Вариативность	Тип траектории	Параметры модели	Интерпретация
слабая $v < 30\%$	Линейный рост	$subjects \leq 2000$ $50 \leq price < 300$	Количество агентов сравнительно небольшое, цена технология невелика
средняя $31\% < v < 75\%$	Линейный рост с сильными осцилляциями	$300 \leq price < 350$	Технологии относительно дороги
сильная $v > 76\%$	Экспоненциальный рост с осцилляциями	$K_{min} \leq 140$ $price \geq 350$	Условия выживания мягкие, технологии крайне дороги

Анализ табл. 2. показывает, что система развивается стабильно (рис.6), когда начальное количество субъектов сравнительно невелико ($agents=1500$), условия их выживания и появления новых не слишком мягкие ($K_{max}>700$, $K_{min}>300$), а цена технологии варьируется вокруг среднего значения (от 100 до 300 ед., но чем она ниже, тем выше скорость развития системы).

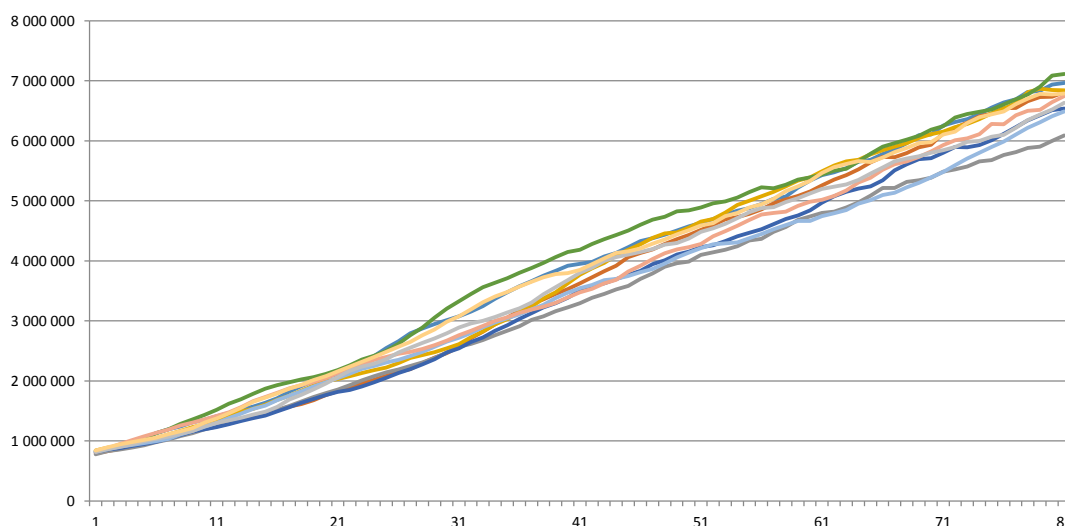


Рис. 6. Линейный рост выпуска,
 $subjects=1500$, $K_{max}=750$, $K_{min}=200$, $price=50$

С ростом цены технологии система теряет стабильность (рис.7).

Когда же при мягких условиях выживания число субъектов и связей между ними быстро растет, выпуск также растет экспоненциально (как комбинация детерминированного экспоненциального и стохастического трендов) (рис. 8). Интересно, что достижение ценой верхней границы также приводит к экспоненциальному росту выпуска в системе.

На третьем этапе исследования для двух групп траекторий выпуска – стабильной линейной и линейной с осцилляциями, с доверительной вероятностью не менее 95% были подобраны трендовые модели. Т.к.

абсолютный прирост выпуска при неизменных параметрах модельного мира для ряда экспериментов оставался стабильной величиной (его вариация не превышала 25%), была поставлена задача оценки функциональной зависимости между средней величиной абсолютного прироста выпуска (ΔY) и величиной одного из экзогенных параметров – *agents*, K_{max} и K_{min} , *price* (табл. 3).

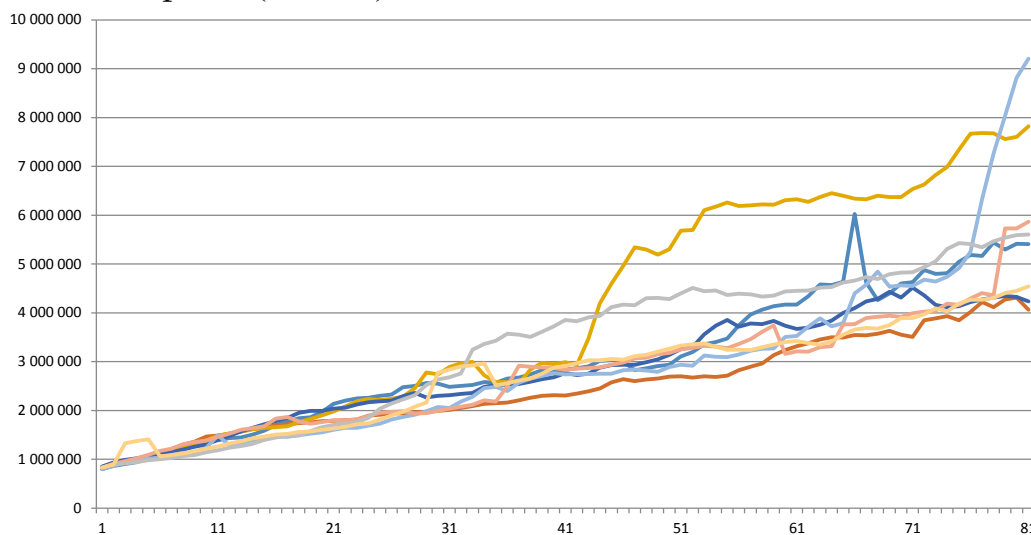


Рис. 7. Линейный рост с осцилляциями, $subjects=1500$, $K_{max}=750$, $K_{min}=200$, $price=250$

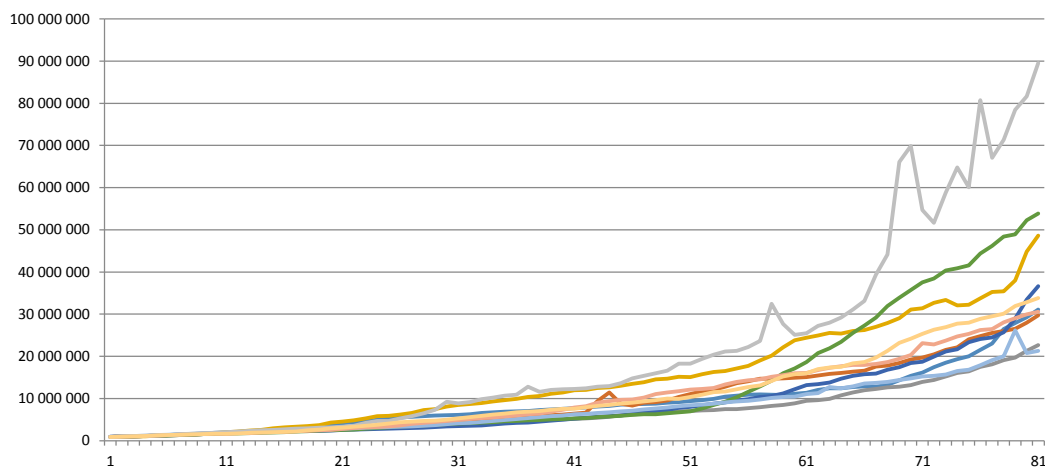


Рис. 8. Экспоненциальный рост с осцилляциями, $subjects=1500$, $K_{max}=750$, $K_{min}=130$, $price=250$

Таблица 3 – Вид функциональной зависимости между средней величиной абсолютного прироста выпуска и значениями экзогенных параметров

Параметр X	Вид функциональной зависимости	Коэффициент детерминации	Средняя эластичность ΔY по X
subjects	$\Delta Y = -18044 + 35 \cdot subjects$	0,992	1.44%

price	$\Delta Y = 143894 - 1121 \cdot price + 2.6 * price^2$	0,919	-1.48%
Kmax	$\Delta Y = 80000 / (1 + 41056 \cdot e^{-0.01 \cdot K_{max}})$	0,954	4.32%
Kmin	$\Delta Y = 67041 - 11234 \cdot Ln(K_{min})$	0,871	-14.7%

Как видно из табл. 3. абсолютный прирост выпуска высоко эластичен по параметрам, отражающим силу давления отбора (K_{max} и K_{min}). При значении $K_{min} \leq 200$ общий выпуск в системе растет экспоненциально, при интервале $200 < K_{min} \leq 350$ выпуск растет линейно, при интервале $350 < K_{min} \leq 500$ выпуск начинает линейно убывать.

Полученные в ходе сравнения фактических и модельных траекторий результаты свидетельствует об адекватности положенных в ее основу гипотез, и подтверждают возможность использования построенной эволюционной модели взаимодействия хозяйствующих субъектов для анализа влияния параметров технологического развития на характер и темпы макроэкономической динамики.

Список использованных источников

1. История экономической мысли: лекции в Лондонской школе экономики = A History of Economic Thought: the LSE Lectures, ed. by S. G. Medema and W. J. Samuels, 1998 / Пер. с англ. Н.В.Автономовой под ред. В.С.Автомова. — М.: Издательство Института Гайдара, 2013. — 496 с.
2. Шумпетер Й.А. Капитализм, социализм и демократия: Пер. с англ. /Предисл. и общ. ред. В.С. Автомова – М.: Экономика, 1995. – 540 с.
3. Нельсон Р.Р., Уинтер С.Дж. Эволюционная теория экономических изменений — М.: Дело, 2002 — 536с.
4. Маевский В.И. Воспроизводство основного капитала и экономическая теория // Вопросы экономики. 2010.
5. Глазьев С. Ю., Львов Д. С., Фетисов Г. Г. Управление научно-техническим развитием. — М.: Наука, 1990.

Научное издание

**ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»**

СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ

СЕРИИ «ЭКОНОМИКА»

Выпуск № 22

ВЕКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Материалы представлены на языке оригинала

Опубликованные материалы отражают точку зрения авторов,
которая может не совпадать с мнением редколлегии сборника

При цитировании или частичном использовании текста публикаций
ссылка на сборник обязательна

Главный редактор Л.П. Барышникова

Технический секретарь Т.А. Мельникова

Компьютерная верстка В.И. Зензеров

Подписано в печать 27.05.2021 г.

Формат 60x84¹/₁₆ Бумага офсетная 14,32 усл.-печ. л. Тираж 100 экз.

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»

Адрес редакции: ДНР, 83015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163а
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»